

---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr/Frau  
**Stefanie Ebenhöh**

**Auf welchen unterschiedlichen  
Wegen, ist es möglich, sich  
vom unbekannten Hobbymusi-  
ker zum Chartstürmer zu etab-  
lieren? Welches ist der  
Effektivste, um auf längere Zeit  
erfolgreich durchzustarten ?!**

---

# **BACHELORARBEIT**

---

**Auf welchen unterschiedlichen Wegen, ist es möglich, sich vom unbekannten Hobbymusiker zum Chartstürmer zu etablieren? Welches ist der Effektivste, um auf längere Zeit erfolgreich durchzustarten ?!**

Autor/in:

**Frau Stefanie Ebenhöh**

Studiengang:

**Angewandte Medienwirtschaft mit dem Schwerpunkt „Media Acting & Rhetorik“**

Seminargruppe:

**AM09wM2-B**

Erstprüfer:

**Professor Dipl.-Ing. Michael Hösel**

Zweitprüfer:

**Professor Peter Gottschalk**

# **BACHELOR THESIS**

---

**The different ways to become  
a popstar. Which one is the  
best to take the music busi-  
ness by aussalt and be suc-  
cessful over a long period !**

author:

**Ms. Stefanie Ebenhoeh**

course of studies:

**media economics - camera and stage acting,  
music, rhetoric, moderation, tv production**

seminar group:

**AM09wM2-B**

first examiner:

**Professor Dipl.-Ing. Michael Hösel**

second examiner:

**Professor Peter Gottschalk**

submission:

**Ludwigsburg, 06/30/12**

---

## Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Ebenhöf, Stefanie

Thema der Bachelorarbeit: Auf welchen unterschiedlichen Wegen, ist es möglich, sich vom unbekannten Musiker zum Chartstürmer zu etablieren? Welches ist der Effektivste, im Vergleich der 3 Musikprojekte, um auf längere Zeit erfolgreich durchzustarten?!

Topic of thesis: The different ways to become a popstar. Which one is the best by comparison the 3 different possibilities, to take the music business by assault and be successful over a long period !

124 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

## Abstrakt:

In der vorliegenden Arbeit werden verschiedene Wege für noch unbekannte Musiker aufgezeigt, die es Ihnen ermöglichen, sich vom unbekannten Künstler zum Chartstürmer zu etablieren. 3 verschiedene Musikprojekte werden im Vergleich dargestellt. Das Ziel ist es, den Künstler zu finden, der mit seinem Weg auf lange Sicht als Musiker erfolgreich durchstartet und nicht bereits wieder nach einem halben Jahr weg vom Markt ist. Es soll eine Art Ratgeber sein, der die wichtigsten Dinge, die für das Musikbusiness wichtig sind, aufzeigt und hilfreiche Tipps geben soll. Sowohl für junge Musiker, die sich entschließen im Musikbusiness Fuß zu fassen, als auch für bereits im Musikbusiness arbeitende Künstler bzw. Manager, ist es eine interessante Lektüre, um zu sehen wie 3 unbekannte Künstler in der Umsetzung ihrer Projekte vorgegangen sind, um den Musikmarkt zu erobern. Genauso wird es für Hobbymusiker und für Laien eine Bereicherung sein, die die Musik nicht zu ihrem Hauptjob gemacht haben.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Überblick über das Thema .....	1
1.2 Schwierigkeiten und Probleme .....	2
1.3 Zielsetzung .....	3
<b>2 Der deutsche Musikmarkt .....</b>	<b>4</b>
2.1 Allgemein .....	4
2.2 CD-Käufe im Einzelhandel vs. Downloads .....	7
2.3 Vergleich des Musikmarktes in D, UK, Amerika? .....	10
2.4 Musiklabels .....	15
2.5 Castingshows im Fernsehen .....	18
<b>3 Welche Qualifikationen müssen Künstler mitbringen, um den deutschen Musikmarkt zu erobern? .....</b>	<b>24</b>
3.1 Talent .....	24
3.2 Instrument spielen .....	26
3.3 Gesangliche Fähigkeiten, richtige Atemtechnik .....	26
3.4 Musiktheorie beherrschen .....	28
3.5 Rhythmus im Blut haben, tänzerische Fähigkeiten mitbringen .....	29
3.6 Optisches Erscheinungsbild – SEX SELLS .....	30
3.7 Einsatz der Mimik und Gestik auf der Bühne .....	32
3.8 Bühnenerfahrung sammeln in Bands, als Solokünstler etc. ....	34
3.9 Schreiben und Produzieren von Songs über Musikproduktionsprogramme wie Logic oder Cubase .....	35
3.10 Lampenfieber überwinden .....	37
3.11 Nach einer negativen Erfahrung immer wieder aufstehen – Kämpfen für das was man erreichen will ! .....	38
<b>4 Welche unterschiedlichen Wege gibt es, um vom Hobbymusiker zum Chartstürmer zu werden und einen Nr. 1-Hit zu landen? .....</b>	<b>39</b>
4.1 Unterschiedliche Möglichkeiten, die der Markt dafür bietet .....	39

4.2	Schwierigkeiten und Probleme .....	49
4.3	Finanzielle Mittel .....	50
4.4	Musikalische Grundvoraussetzungen müssen erfüllt sein/Bühnen- und Kameraerfahrung muss gegeben sein.....	51
<b>5</b>	<b>3 Wege, die zum Erfolg geführt haben im Vergleich .....</b>	<b>52</b>
5.1	Soultrip bei X-Factor .....	52
5.1.1	Beschreibung des Projekts:.....	52
5.1.2	Welche Voraussetzungen haben die Jungs mitgebracht? .....	53
5.1.3	Vorgehensweise im Projekt:.....	53
5.1.4	Erwartungshaltung von X-Factor ggü. Soultrip und andersherum !	54
5.1.5	Fernsehcasting alles nur Show? .....	54
5.1.6	Castingshow – Warum gerade X-Factor? .....	54
5.1.7	Wie schnell wurde der Erfolg erzielt? .....	55
5.1.8	Finanzieller Kostenaufwand während der Projektphase ! .....	55
5.1.9	Schwierigkeiten und Probleme:.....	56
5.1.10	Wo stehen die Jungs heute? Immer noch im Musikbusiness unterwegs?.....	56
5.1.11	Erfahrungen, die sie während dieser Zeit mitgenommen haben..	57
5.1.12	Was wird an die Künstler, die an Castingshows teilnehmen von Soultrip weitergegeben?.....	57
5.1.13	Welches Ziel verfolgt Soultrip jetzt? .....	57
5.2	Nazley Young per Demo-Bewerbung bei Plattenlabel EMI Music.....	58
5.2.1	Beschreibung des Projekts:.....	58
5.2.2	Welche Voraussetzungen bringt Sie mit? .....	60
5.2.3	Wie ist der eigen produzierte Song in Zusammenarbeit mit Jimmy Love zustande gekommen? .....	61
5.2.4	Vorgehensweise im Projekt / Was für ein finanzieller Aufwand ist entstanden?.....	62
5.2.5	Plattenvertrag – Wie kam dieser zustande?.....	62
5.2.6	Wie lief die Zusammenarbeit mit dem Plattenlabel EMI ab? Was verlangten Sie von der Küsslerin? .....	63
5.2.7	Konnten weiterhin eigene Songs produziert und veröffentlicht werden? Mussten von der Plattenfirma vorgeschriebene Songs von der Künstlerin gesungen werden? Bzgl. Image bzw. kein Mitspracherecht in der Songauswahl !.....	64
5.2.8	Erfolg – Wie hat sich dieser ausgewirkt? .....	64
5.2.9	Entwicklung der musikalischen Karriere!.....	65
5.2.10	Tour? Deutschlandweit, Europa? .....	67
5.2.11	Welche Schwierigkeiten und Probleme traten auf?.....	67
5.2.12	Finanzielles – Kann man hauptberuflich gut vom Musik machen Leben? .....	68
5.2.13	Wie steht Sie heute da? Ist Sie weiterhin im Musikbusiness tätig?.....	69

5.2.14	Erfahrungswerte, die Sie in dieser Zeit gesammelt hat. Positive als auch Negative Dinge! .....	70
5.2.15	Was gibt Sie den noch unbekannten Musikern da draußen, auf Ihrem Weg die Charts stürmen zu wollen, mit?.....	71
5.3	„Mission Malle – Das ABC der Liebe“, ein Projekt der Studenten der Akademie der Media und der Bayerischen Akademie für Fernsehen, München, .	72
5.3.1	Beschreibung des Projekts:.....	73
5.3.2	Voraussetzungen, die für dieses Projekt mitgebracht wurden? .....	73
5.3.3	Vorgehensweise im Projekt:.....	74
5.3.4	Die Idee des Malle-Hits – Wie ist dieser zustande gekommen? ....	74
5.3.5	Online-Serie auf Malle gedreht - Social Media als Werbekampagne genutzt !	75
5.3.6	Null Talent - trotzdem erfolgreich durchgestartet? .....	76
5.3.7	Aufmerksamkeit bei Spiegel-Online erregt !.....	77
5.3.8	Wie kam der Warner-Music-Plattenvertrag zustande?.....	77
5.3.9	Was hat „Mission Malle“ für einen Erfolg erzielt? .....	78
5.3.10	Schwierigkeiten und Problematiken in diesem Projekt.....	78
5.3.11	Erfahrungswerte, die die Jungs mitgenommen haben .....	79
<b>6</b>	<b>Vergleich dieser 3 Möglichkeiten, um im Musikbusiness durchzustarten.....</b>	<b>80</b>
6.1	Vergleich: Voraussetzungen der 3 Acts !.....	80
6.1.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	80
6.1.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	80
6.1.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	81
6.2	Vergleich: Wie schnell wurden diese Bands / Künstler bekannt? Welches Hilfsmittel wurden dafür hinzugezogen?.....	81
6.2.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	81
6.2.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	82
6.2.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	82
6.3	Vergleich: Welche Deals sind die Künstler, vor Abschluss des Plattenvertrages eingegangen (Exklusivvertrag, Vertriebsvertrag oder ähnliche auf die Situation abhängige Mischverträge) ? Welche Rechte haben Sie sich vertraglich absichern lassen? .....	83
6.3.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	83
6.3.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	83
6.3.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	83
6.4	Vergleich: Wie lange hat diese Berühmtheit angedauert? Tour ? Folgeauftritte? Länderübergreifend erfolgreich?.....	84

6.4.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	84
6.4.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	84
6.4.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	85
6.5	Vergleich: Inwieweit sind die Künstler als Marke aufgebaut worden? .....	85
6.5.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	85
6.5.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	86
6.5.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	86
6.6	Vergleich: Live-Bereich vs. Sales-Sector – In welchem Bereich wurde bei den Künstlern mehr Umsatz erzielt? Mehr Fans, die auf die Konzerte gegangen sind oder mehr Tonträgerverkäufe bzw. digitale Downloads? .....	86
6.6.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	86
6.6.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	86
6.6.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	87
6.7	Vergleich: Was ist heute aus den Musikern geworden? Sind Sie immer noch im Musikbusiness aktiv? .....	87
6.7.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	87
6.7.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	88
6.7.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	88
6.8	Welche Kontakte waren erforderlich? .....	89
6.8.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	89
6.8.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	89
6.8.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	89
6.9	Endresultat: Welches ist der effektivste Weg, d.h. zeitlicher Aspekt wie schnell, (möglichst Selbständig alles organisiert und ohne Hilfe von Kontakte umgesetzt), Dauer: wie lange erfolgreich, was wurde erreicht, (wie viel Geld wurde eingenommen (wenn bekannt)), welche hilfreichen Kontakte ergaben sich daraus?	90
6.9.1	Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer: .....	90
6.9.2	Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:	91
6.9.3	Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:.....	91
<b>7</b>	<b>Welche positiven und negativen Seiten hat das Musikbusiness? .....</b>	<b>93</b>
7.1	Positive Aspekte .....	93
7.2	Negative Aspekte.....	95

---

<b>8 Was muss alles als Künstler beachtet werden? .....</b>	<b>99</b>
8.1 GEMA .....	99
8.2 GVL.....	103
8.3 Medienanwalt einschalten, um nicht nur die Urheberrechte abgesichert zu haben.....	105
8.4 Mitgliedschaft bei der Künstlersozialkasse .....	106
8.5 Vermarktung des Künstlers .....	108
<b>9 Weitere Möglichkeiten für talentfreie Menschen, die trotzdem Spaß am Singen haben und ausleben möchten! .....</b>	<b>118</b>
9.1 Erlebnispakete über Jochen Schweizer buchbar, CD-Produktion vom Profi 118	
9.2 Nintendo Wii vs. Playstation – SingStar .....	120
9.3 Öffentlich veranstaltete Karaoke Wettbewerbe .....	122
9.4 Bands.....	123
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Anlagen .....</b>	<b>XXII</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>LI</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umsatzanteile der Vertriebs-scheine 2006 und 2011 .....	6
Abbildung 2: Musikindustrie in Deutschland - Musikkaufoarkt.....	8
Abbildung 3: I-Tunes-Store - Singlekaufo .....	9
Abbildung 4: Umsatzanteile der 5 stärksten Länder am Musikmarkt.....	11
Abbildung 5: Vergleich - Digitaler Musikverkauf .....	12
Abbildung 6: Universal Music Group - Major-Label .....	16
Abbildung 7: The Big Four - Major-Labels .....	17
Abbildung 8: The Big Four – News .....	18
Abbildung 9: The Voice of Germany, Castingshow auf Pro7.....	19
Abbildung 10: Castingformat auf Pro7, Popstars.....	19
Abbildung 11: RTL-Serie, Deutschland sucht den Superstar, 9. Staffel .....	20
Abbildung 12: Dieter Bohlen, Jurymitglied bei DSDS .....	21
Abbildung 13: RTL-Sendung, Das Supertalent.....	22
Abbildung 14: The-Voice-of-Germany-Gewinnerin 2012 - Ivy Quainoo.....	24
Abbildung 15: Instrument: Keyboard.....	26
Abbildung 16: Opernsänger - Luciano Pavarotti, Tenor.....	27
Abbildung 17: Notenlehre - Der Quintenzirkel .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 18: Tanzszene - Jennifer Lopez und Backgroundtänzer .....	29
Abbildung 19: Artist: Rihanna .....	30
Abbildung 20: Magersuchtbeispiel.....	31
Abbildung 21: Keira Knightley, Schauspielerin (Eine dunkle Begierde, 2011).....	31
Abbildung 22: Adele, Sängerin (Someone like you) .....	32
Abbildung 23: Training - Gestik und Mimik .....	33
Abbildung 24: Bandbeispiel: No Doubt .....	34
Abbildung 25: Musikproduktionsprogramm für MAC-User - Logic Pro .....	35
Abbildung 26: Technische Geräte für Homestudio .....	36
Abbildung 27: Lampenfieber vor dem Auftritt.....	37
Abbildung 28: Never give up!.....	38
Abbildung 29: Deutschland sucht den Superstar, Menderes Bagci, zum 9. Mal DSDS-Kandidat.....	40
Abbildung 30: Euro Pop Contest 2012 - Teaser .....	41
Abbildung 31: Beschriftung der eigenen Demo-CD für TV- oder Radiostationen.....	43
Abbildung 32: BigFm - Podcast - Newcomer .....	44
Abbildung 33: Harlem Express, Soul- & Funk-Live-Band .....	45
Abbildung 34: Jugendhaus, Club Zentral, Stuttgart .....	46
Abbildung 35: Straßenmusiker Martin mit seinem Papagei Kochanije, Stuttgart.....	47
Abbildung 36: Jeanette Biedermann, Sängerin & Schauspielerin .....	48
Abbildung 37: Tonstudio .....	49
Abbildung 38: Geld - ohne geht's nicht! .....	51
Abbildung 39 : Battleship - Kinofilm .....	93
Abbildung 40: T.H.E - The hardest ever - Single .....	94
Abbildung 41: Daniela Katzenberger - Modekollektion .....	95
Abbildung 42: Paparazzis .....	96
Abbildung 43: Amy Winehouse - einer ihrer letzten Auftritte in der Öffentlichkeit.....	97
Abbildung 44: GEMA - Homepage.....	99

---

Abbildung 45: GEMA - Aufnahmeantrag für Urheber .....	100
Abbildung 46: GEMA - Vorgabe bei Tonträgerproduktion .....	101
Abbildung 47: GEMA - Anmeldebogen für neue Tracks .....	102
Abbildung 48: GVL – Wahrnehmungsvertrag .....	104
Abbildung 49: KSK - Antrag zur Prüfung der Versicherungsleistung .....	107
Abbildung 50: 4P-Modell, Marketingstrategie .....	109
Abbildung 51: Auftritt bei der Fernsehsendung "Wetten...dass!" .....	111
Abbildung 52: Musikvideo - Jennifer Lopez feat. Pitbull - Dance Again.....	112
Abbildung 53: Autogrammstunde, DSDS-Gewinner .....	114
Abbildung 54: Musikwoche .....	115
Abbildung 55: Werbeclip für Seat in Zusammenarbeit mit Shakira.....	116
Abbildung 56: Zeitlicher Ablauf der Projekphasen an dem Beispiel einer Single- bzw. Albumveröffentlichung .....	117
Abbildung 57: CD-Aufnahme mit Gesangsunterricht.....	119
Abbildung 58: SingStar-Paket.....	120
Abbildung 59: SingStar - Game: Bootylicious .....	121
Abbildung 60: SingStar – Homepage.....	122
Abbildung 61: Karaoke Wettbewerb .....	123
Abbildung 62: Popbüro, Play - Live, Live-Band-Förderpreis.....	124

# 1 Einleitung

## 1.1 Überblick über das Thema

In der vorliegenden Bachelorarbeit von Stefanie Ebenhöf wird der Musikmarkt in Deutschland näher betrachtet. Hier wird wissenschaftlich festgestellt: „Auf welchen unterschiedlichen Wegen es möglich ist vom Hobbymusiker zum Chartstürmer zu werden! Welches ist der Effektivste, um auf lange Sicht, erfolgreich im Musikbusiness zu werden!“. Um Ihnen dieses Thema näher zu bringen, ist es erst mal erforderlich, Ihnen einen Überblick über die momentane Situation am Musikmarkt zu geben, die unterschiedlichen Formen dieser Möglichkeiten, die Charts zu erobern und die Voraussetzungen, die jeder Musiker mitbringen sollte. Des Weiteren werden 3 aktuelle Beispiele vorgestellt und anhand bestimmter Kriterien verglichen. Zudem zeigt man die positiven und negativen Aspekte des Musikmarkts auf, Firmen wie die GEMA oder die GLV vorgestellt und *last but not least* ein paar Tipps für unmusikalische Leute, die aber trotzdem gerne singen möchten.

Sei es durch die Medien, Bekannte im Freundeskreis oder durch Straßenmusiker. Tagtäglich wird man immer wieder mit dem Thema „Ich kann singen, ich will berühmt werden!“ konfrontiert. Nicht immer sind unter diesen Leuten Musiker mit wirklichem Talent. Leider zeigt es die Realität nur allzu oft, dass hinter dem zu selbstbewussten Menschen, meist nur mehr ein Aufmerksamkeitsdefizit steckt, als wirkliches Talent. Mittlerweile sind die Medien auch sehr aufmerksam auf dieses Thema geworden. Vor 10 Jahren wäre es undenkbar gewesen, Formate im Fernsehen wie z.B. „Deutschland sucht den Supertstar“ in der Masse zu produzieren. Über diese Shows gibt es die Möglichkeit für Künstler sich zu beweisen und gesanglich zu zeigen was Sie drauf haben.

***“Ich glaube nicht, dass durch solche Shows ein langfristig stabiler Act rauskommt,”<sup>1</sup> laut dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.***

Aber das ist nur eine Möglichkeit von Vielen, um sich als Musiker zu präsentieren. Aufgrund der heutzutage weiterentwickelten Technologie ist es möglich, über Plattformen wie youtube.com in schnellster Zeit ein geeignetes Demotape weltweit zu verbreiten und Produzenten darauf aufmerksam zu machen. Das beste Beispiel zeigt Justin Bieber. Aber egal auf welchem Weg man dies erreichen möchte, diese Arbeit wird verschiedene Wege aufzeigen, die zu einem Plattenvertrag bzw. Tourneen geführt haben. Die meisten jungen Leute stellen sich den Weg ins Musikbusiness sehr einfach vor, aber hinter den oftmals dumm dargestellten Castingshows,

---

<sup>1</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH



steckt viel mehr als man denkt. Im Bereich Fernsehen geht es nicht mehr nur, um Talent, es stehen viel mehr die Einschaltquoten im Vordergrund. Hier erkennt man, dass das wirkliche Talent nun im Hintergrund bleibt und mehr das Entertainment und vor allem bewegende Geschichten von den Castingteilnehmern, in den Vordergrund gestellt werden. Auch Menderes (Castingspezialist: Deutschland sucht den Superstar) ist durch seine schlechten Michael-Jackson-Performances bekannt geworden. Dass wollen mittlerweile die deutschen Fernsehzuschauer sehen. Peinliche Auftritte, schlechte Sänger. Das wahre Talent bleibt hier auf der Strecke. Das Gute ist, dass es nicht nur diese Form vom Einstieg ins Musikbusiness gibt.

Durch das richtige Know-How, viel Durchhaltevermögen, Engagement und Selbstbewusstsein kann auch das Unmögliche wahr werden. Mission Malle hat genau das geschafft und einen Warner-Music-Plattenvertrag aus ihrem Projekt rausgeholt. Was müssen daher die Musiker, die wirklich ernsthaft im Musikgeschäft als Künstler Fuß fassen möchten, mitbringen? Welche Qualifikationen sind dafür notwendig? Es reicht nicht nur heutzutage gut Singen zu können, Künstler können sich von Laien bzw. durch eigen produzierte und selbstgeschriebenen Songs von den Anderen abheben. Auch auf Social Media-Plattformen wie „Facebook“ können Künstler, die bereits schon länger an ihrer Karriere arbeiten, kostenlos Werbung schalten und ihr Profil einrichten, um ihre nächsten Konzerte preiszugeben und Einladungen zu versenden. Es wird eine spannende Reise durch die Musikbranche. Für junge Musiker ein geeigneter Wegweiser, um erfolgreich im Musikbusiness einzusteigen. Auch für Arbeitnehmer im Musikbusiness bei Plattenfirmen usw. ist es eine interessante Lektüre, um noch mehr Informationen über die Wege anderer Künstler zu erhalten, die auch erfolgreich ins Musikgeschäft eingestiegen sind.

## 1.2 Schwierigkeiten und Probleme

In diesem Bereich treten sowohl Schwierigkeiten als auch Probleme auf. Junge Musiker, die ernsthaft ins Business einsteigen möchten, müssen z.B. bei Castingshows ins Raster passen. Hier sind die gesanglichen Fähigkeiten zwar wichtig, aber im Vordergrund steht, ob das Optische auch so in das zu vermarktende Bild des Produzenten passt. Weiterhin ist es ein schwieriger Weg, wenn man ohne Castingshows berühmt und vor allem erfolgreich werden will. Die Aufmerksamkeit zu erzeugen ist auch mit Hilfe von Online-Werbung möglich und über genügend vermarktende Strategien zu einem Erfolg zu führen. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die finanziellen Kosten, sowohl Auftritte zu bekommen oder ein Musikvideo zu drehen bzw. eine CD zu produzieren, ist ein wichtiges Thema, was im Vorfeld schon geklärt werden sollte. Ebenso erwähnenswert ist, dass ein Album zu produzieren bzw. eine Single zu erstellen kein einfacher Weg darstellt. Viel Geduld muss mitgebracht werden. Das wichtige in diesem Business ist es, viele Geschäftskontakte zu knüpfen, sich seinem Weg zu 100% sicher zu sein und die dafür zuverlässigen Leute mit ins Boot holen. Außerdem viel und hart Arbeiten, was vielen nicht bewusst ist. Der letzte wichtige Punkt ist, nach Niederlagen immer wieder aufstehen und sich nicht hängen zu lassen.

## **1.3 Zielsetzung**

Das Ziel dieser Arbeit ist es, ein Wegweiser für junge Musiker zu bieten, die sehen möchten, was man alles mitbringen muss, um im Musikbusiness erfolgreich zu werden. Des Weiteren bietet diese Arbeit auch Musikschaaffenden in Firmen wie Warner Music Group Germany, Sony Music Entertainment Germany GmbH oder Universal Music Group die Möglichkeit, zu sehen, was es für unterschiedliche Wege im Musikbusiness gibt, um sich zu vermarkten und vor allem zu sehen wie die Künstler vorgehen und was aus ihnen schließlich wird. Auch Hobbymusiker und Musikinteressierte können sich auf eine interessante Reise in die Musikwelt freuen.

## 2 Der deutsche Musikmarkt

### 2.1 Allgemein

Die Musikindustrie besteht aus dem Zusammenspiel verschiedener Unternehmen, die dafür zuständig sind, musikalische Talente zu finden und zu vermarkten, Musik auf Tonträger zu produzieren, für Werbe- und Promotionzwecke zu verwenden und die Musik vertreiben und verkaufen. Für die Newcomersuche sind die Plattenlabels zuständig, die die Musiker unter ihrem Künstlernamen vermarkten.

Die Aufgabe der Tonträgerunternehmen (auch als Plattenfirma bezeichnet), Tonstudios und Presswerken ist die Herstellung der CD's, Vinyl (Schallplatten) & DVD's etc. Das Internet, das Fernsehen, der Rundfunk und die Presse werden in Betracht gezogen, um Werbung und Promotion für den Künstler bzw. für die Single zu machen. Auch Musikvideos und Konzerte dienen als Werbemaßnahme.

Die produzierten Tonträger werden über den Einzelhandel d.h. Saturn, Media Markt oder Online-Stores wie I-Tunes bzw. Amazon verkauft. Weitere Firmen wie Musikverlage, Urheberrechts- und Verwertungsgesellschaften (GEMA, GVL s. Kapitel 8) und die Interessenverbände der *International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)*, die sich z.B. für den Schutz der Urheberrechten von selbst getextet und komponierten Musiktiteln einsetzen<sup>2</sup>, sind ebenfalls am Musikmarkt beteiligt. Ihre Aufgabe beinhaltet eine reibungslose Zusammenarbeit zu garantieren, um den deutschen Musikmarkt zu etablieren. Die momentane Situation der deutschen Musikindustrie sieht wie folgt aus. Deutschland ist weltweit gesehen der drittstärkste Musikmarkt. Im Vergleich zum letzten Jahr verzeichnet der Musikmarkt ein leichtes Gesamtumsatzplus von 0,1%, stieg damit auf 1,67 Mrd. € an und beginnt somit vielversprechend in 2012.

In den ersten 3 Monaten von 2012 legten die Einnahmen an Musikverkäufen um 4,2 % zu. Was den Kauf von Musik im Einzelhandel im Gegensatz zum Erwerb von Tracks über Onlineportale angeht, wird schnell klar, dass 5 mal mehr Downloads über z.B. I-Tunes erfolgen, als der Kauf von CD's im Handel bei Saturn oder Media Markt. Stand April 2012 zeigte die Statistik des letzten Jahres einen Verlust von 3,8 % im Kauf von Tonträger. Mit 73,8 % erzielte der CD-Verkauf immerhin 1,098 Mrd. € Umsatz. Entgegengesetzt dazu gewann die Anzahl an Downloads mit einem Plus von 21,2 %. Somit liegt trotz der kleinen Einbußen der Gesamtumsatz der Musikverkäufe bei 1,1 Mrd. €.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl. IFPI (o.J.)

<sup>3</sup> Vgl. Bundesverband Musikindustrie e.V. (o.J.)

Was immer wieder ein Thema ist, das zu Diskussionen führt ist der illegale bzw. legale Download. Aufgrund der mittlerweile 70 Angebote auf Plattformen für legale Downloads, die im Internet zur Verfügung gestellt werden, wird trotzdem weiterhin illegal downgeloadet. Viele Musikschaffende sind der Meinung das Urheberrecht, welches aktuell Gesprächsthema in der Presse ist, zu verschärfen, durch evtl. Warnhinweissysteme bei Verletzungen im Internet.

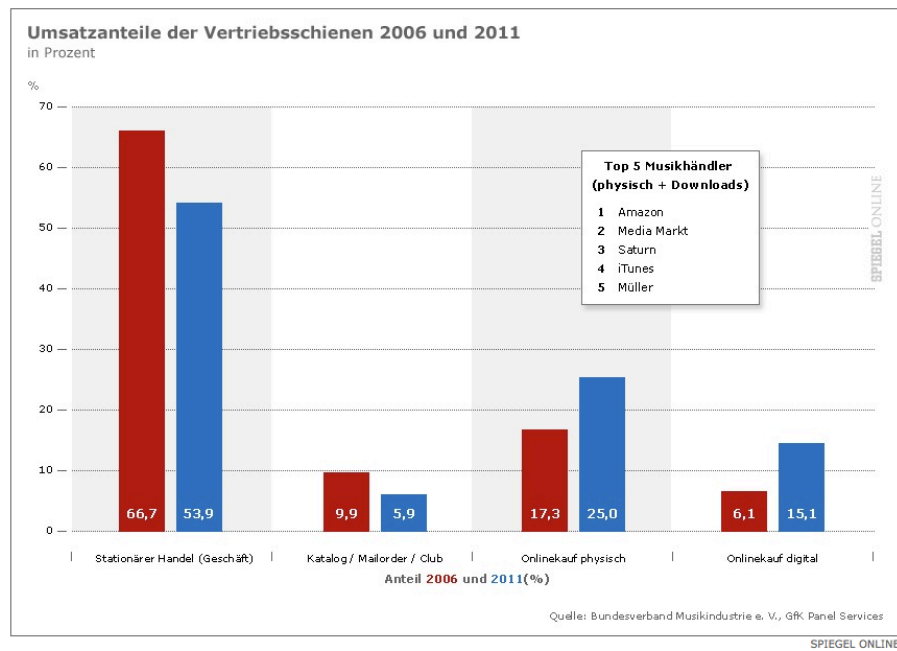
***„Gerade in einer zunehmend digitalisierten Welt brauchen wir ein durchsetzungsstarkes Urheberrecht, denn es ermöglicht den Autoren, Kreativen und Künstlern sowie deren Partner, von ihrem Tun auch zu leben,“ so Professor Dieter Gorny, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbandes Musikindustrie.“<sup>4</sup>***

Die Verkäufe über den Digitalmarkt sind um 16,6 % gestiegen. Insbesondere der Zuwachs durch die 28,8 % in den Single- bzw. Albendownloads hat sich im Vergleich zu 2005 als nur 3 Mio. Kunden diese Portale nutzten auf 7,7 Mio. in 2011 etabliert. Laut Statistik ist Amazon der führende Anbieter, der sowohl über das Online-Portal Tonträger verkauft als auch Downloads zum Erwerb, zur Verfügung stellt. Die unterschiedlichen Möglichkeiten sowohl Tonträgerkäufe über den Einzelhändler wie Saturn oder über Katalog-Bestellungen bei Bertelsmann zu beziehen, verzeichnen einen deutlichen Rückgang im Vergleich von 2006 zu 2011. 2006 kauften 66,7 % über Saturn bzw. Media Markt ihre CD's und 9,9 % über Bertelsmann. 2011 sind die Werte auf 53,9 % bzw. 5,9 % gefallen, die Einkäufe über Media Markt getätigt und die Bestellungen bei Clubs genutzt haben.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Gorny (2012), Bundesverband Musikindustrie e.v., Artikel: Digitale Musikverkäufe legen zweistellig zu,

<sup>5</sup> Vgl. Bundesverband Musikindustrie e.V. (o.J.)



Amazon führt: Der wichtigste Musikhändler in Deutschland ist - gemessen am Umsatz mit Tonträgern und Downloads - Amazon. Bei Downloads allein führt dem Umsatz nach iTunes.

Abbildung 1: Umsatzanteile der Vertriebskanäle 2006 und 2011

Im Gegensatz zu den Käufen über Online-Portale wie Amazon und iTunes sind die physischen Tonträgerkäufe und die digitalen Downloads drastisch in die Höhe geschossen. 2006 lag das Online-Shopping für den CD-Kauf bei 17,3 % und der Kauf von Downloads bei 6,1 %. 5 Jahre später sieht man den starken Zuwachs der Online-Geschäfte, denn der Kauf über Amazon weist ein Umsatzplus von 7,7 % auf. Somit erhöht sich der Stand 2011 auf 25,0 %. Genauso erhöht sich die prozentuelle Zahl der digitalen Downloads über iTunes um mehr als das Doppelte und steigt auf 15,1 %. Klar ist, dass sich die Zahl der digitalen Downloads und digitalen Angebote, in den nächsten Jahren noch erhöhen wird.

Die Top 5 der Musikhändler in Deutschland sowohl für den Tonträgerkauf als auch für den digitalen Downloadservice stellen an erster Stelle Amazon dar, darauf folgen Media Markt und Saturn, anschließend iTunes und *last but not least* Müller.

Neben den Rückläufen des CD-Verkaufs im Einzelhandel, spricht kaum noch Jemand über die allseits beliebte Maxi-Single. Aufgrund der zu geringen Nachfrage wird die Maxi-Single nicht mehr in diesem Ausmaß produziert wie es früher war.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Vgl. Bundesverband Musikindustrie e.V. (o.J.)

***“Es geht vielleicht noch 12 Monate, in denen es die physische Single gibt. Dagegen wird das physische Album noch länger am Markt bleiben. Sogar die Vinyl kommt wieder, das finde ich ganz interessant. Bei Silbermond z.B. wird die nächste Single eine Premium-Edition werden, mit recht viel Content für den Fan. Wenn du Künstler hast mit einer hohen Fanbindung, dann machst du das noch. Du produzierst physische Singles, nicht nur weil Sie diese kaufen, sondern weil diese mit in die Bewertung der Wertecharts einfließen. Das Wertesystem läuft nach Endverbraucherpreisen. Um so teurer dein Produkt, umso mehr zählt es in die Charts rein.”***

***laut dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.<sup>7</sup>***

## **2.2 CD-Käufe im Einzelhandel vs. Downloads**

Aufgrund des technischen Wandels wurde die Schallplatte von der Kassette vom Markt verdrängt und die CD nahm den Platz der Kassette ein. Jetzt scheint es mit dem Fortschritt genauso weiter zu gehen, denn durch das Internet wurde das Download-Geschäft hervorgerufen, das nun dem CD-Verkauf im Einzelhandel deutlich Konkurrenz macht. Grund sind die vielen illegalen Anbieter, die es im Internet möglich machen, die neusten Tracks über bestimmte Plattformen kostenlos runterzuladen, um sich so das Geld für den Kauf des neuen Albums von z.B. Beyonce Knowles zu sparen. Die Qualität dieser Downloads sei mal dahingestellt. Es geht mittlerweile nicht mehr darum, CD's zu Hause zu sammeln, sondern so schnell und so kostengünstig wie möglich, an die neusten Tracks der Szene ranzukommen. Anfang 2005 bzw. Mitte 2006 stellte man den extremen Anstieg an Downloads über das Internet laut Statistik fest.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

<sup>8</sup> Vgl. Spiegel Online (2012)

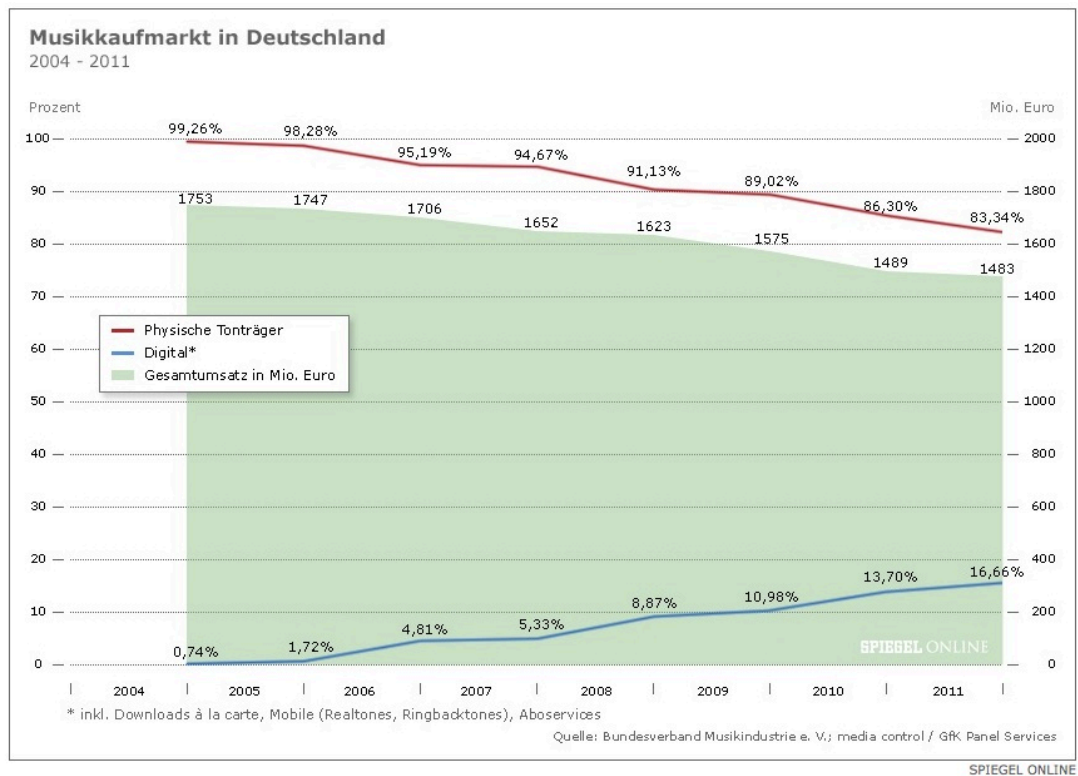


Abbildung 2: Musikindustrie in Deutschland - Musikkaufrmarkt

In diesem Zeitraum lag man bei einer humanen Verteilung. Für die digitalen Käufe nahm die Musikbranche 1,72 % ein und für den Erwerb von CD's im Einzelhandel 98,28 %. Je mehr Leute, die digitale Variante für die Downloads nutzten, um so schneller verbreitete sich diese.

2011 sind digitale Verkäufe in Höhe von 16,66 % getätigt worden und die CD-Verkäufe im Gegenzug runtergegangen auf 83,34 %.

Vergleicht man nun den Gesamtumsatz am Markt, liegen 2005 die Einnahmen noch bei 1.753 Mrd. €. Im Gegensatz zu 2011 erwirtschaftete der deutsche Tonträgermarkt 1.483 €. <sup>9</sup>

<sup>9</sup> Vgl. Spiegel Online (2012)

Es ist einfach nachzuvollziehen, dass die jungen Leute von heute erstens die bequemere Variante nutzen, d.h. gemütlich von zu Hause aus die Singles bzw. Alben in MP3-Format downzuloaden, anstatt erst ins Einkaufszentrum zu gehen, um dort bei Media Markt oder Saturn die Single zu kaufen. Des Weiteren ist es auch wieder eine Kostenfrage - nimmt man eine Single oder ein Album? Heutzutage bekommt man über I-Tunes die einzelnen Songs für 1,29 € wie z.B. MIB III, Pitbull - Back in time.

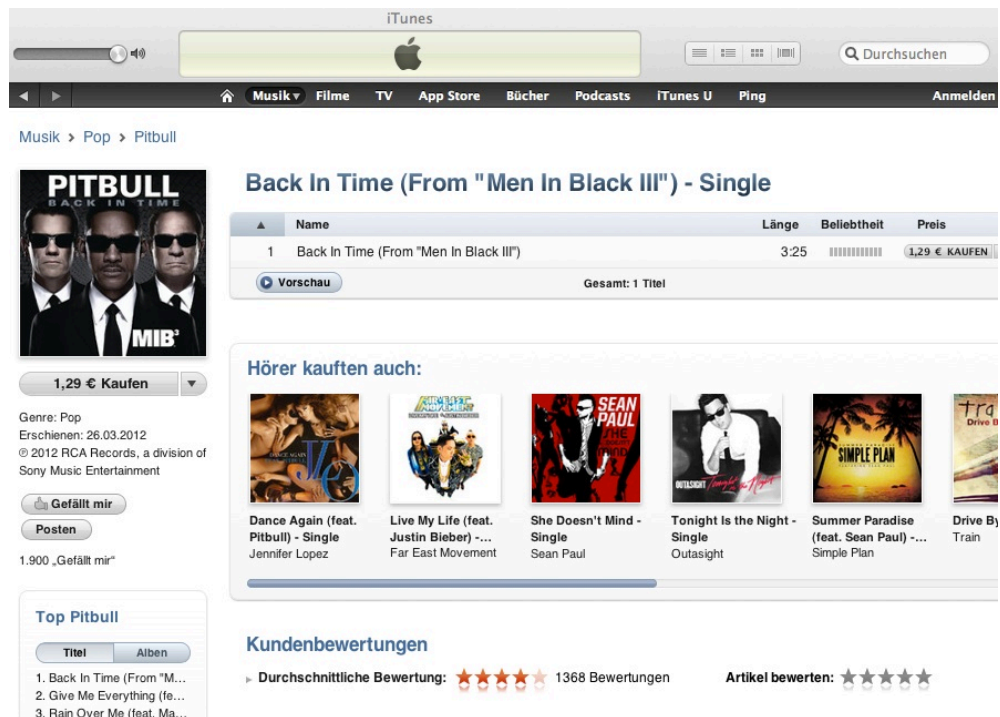


Abbildung 3: I-Tunes-Store – Singlekauf

Natürlich gibt es nicht nur die Kaufvariante. Einige Portale bieten den Nutzern die illegale Möglichkeit Musik runterzuladen. Jedoch ist es Vielen nicht klar, dass sobald Nutzer 1 den Link aktiviert und der Downloadprozess startet, Nutzer 2 den Download von Nutzer 1 kostenlos zur Verfügung gestellt bekommt, so dass dieser den Song von Nutzer 1, ohne dass dieser es bemerkt, runterzieht. Genau dies ist der Punkt.

Als illegal wird nicht das Runterladen bezeichnet, sondern die von einem selbst unbewusst zur Verfügung gestellten Songs, die andere User von einem beziehen können.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Vgl. I-Tunes (2012)



## 2.3 Vergleich des Musikmarktes in D, UK, Amerika?

Die 7 erfolgreichsten Länder am Musikmarkt sind Amerika, Japan, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweden und Norwegen. Amerika ist umsatzstärkstes Land in der Musikindustrie knapp gefolgt von Japan. Deutschland hat den 3. stärksten Musikmarkt auf der Welt und liegt kurz vor Großbritannien in der Statistik.

Betrachtet man nun Deutschland, Amerika und Großbritannien etwas genauer stellt man fest, dass sich der Umsatzanteil am Musikmarkt über die Jahre hinweg verändert hat.

Als die digitalen Downloads 2001 noch nicht so verbreitet waren, lag der Umsatzanteil von dem Verkauf der Tonträger des amerikanischen Marktes bei 39,8 %. Großbritannien folgte mit 8,3 % vor Deutschland mit 6,3 %.

Bereits 2005 änderte sich dies, denn in diesem Zeitraum tauchen vermehrt die legalen als auch illegalen Downloads in MP3-Format auf. Die legalen Downloads stellen damals und heute eine zusätzliche Einnahmequelle für den Verkauf von Tonträger dar.

***„Jedes Land hat seine eigenen Gesetzmäßigkeiten. Es gibt kein besser oder schlechter. Ein Jamiroquai ist in UK stark und dann auch weltweit stark. Rihanna hatte z.B. auf ihrem letzten Album 8 Singles drauf gehabt. Wenn man Alben mit 5-8 Singles hat, ist es ein Monsteralbum,“<sup>11</sup>***

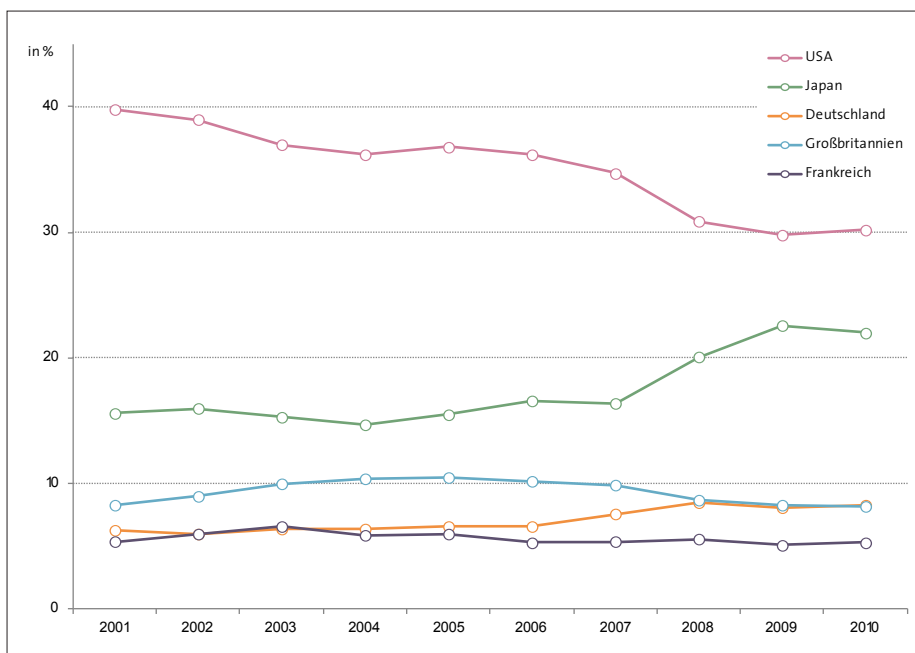
**<sup>12</sup>so der Musikexperte von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.**

---

<sup>11</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

<sup>12</sup> Vgl. Spiegel Online (2012)

» **Umsatzanteile der fünf größten Musikmärkte<sup>1</sup>**  
Tonträger und digitale Musikprodukte



	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>2</sup>	2006	2007	2008	2009	2010
USA	39,8	39,0	37,0	36,2	36,8	36,2	34,7	30,9	29,8	30,2
Japan	15,6	16,0	15,3	14,7	15,5	16,6	16,4	20,1	22,6	22,0
Deutschland	6,3	6,0	6,4	6,4	6,6	6,6	7,6	8,5	8,1	8,3
Großbritannien	8,3	9,0	10,0	10,4	10,5	10,2	9,9	8,7	8,3	8,2
Frankreich	5,4	6,0	6,6	5,9	6,0	5,3	5,4	5,6	5,1	5,3

<sup>1</sup> Umsatz aus dem Musikverkauf zu Endverbraucherpreisen inkl. Mehrwertsteuer in US-Dollar; physischer und digitaler Musikverkauf ohne Performance Rights.

<sup>2</sup> Ab 2005 einschließlich digitaler Verkäufe.

Quelle: IFPI Recording Industry in Numbers 2011/Bundesverband Musikindustrie, nach: Musikindustrie in Zahlen 2010, hrsg. v. Bundesverband Musikindustrie, Berlin 2011.

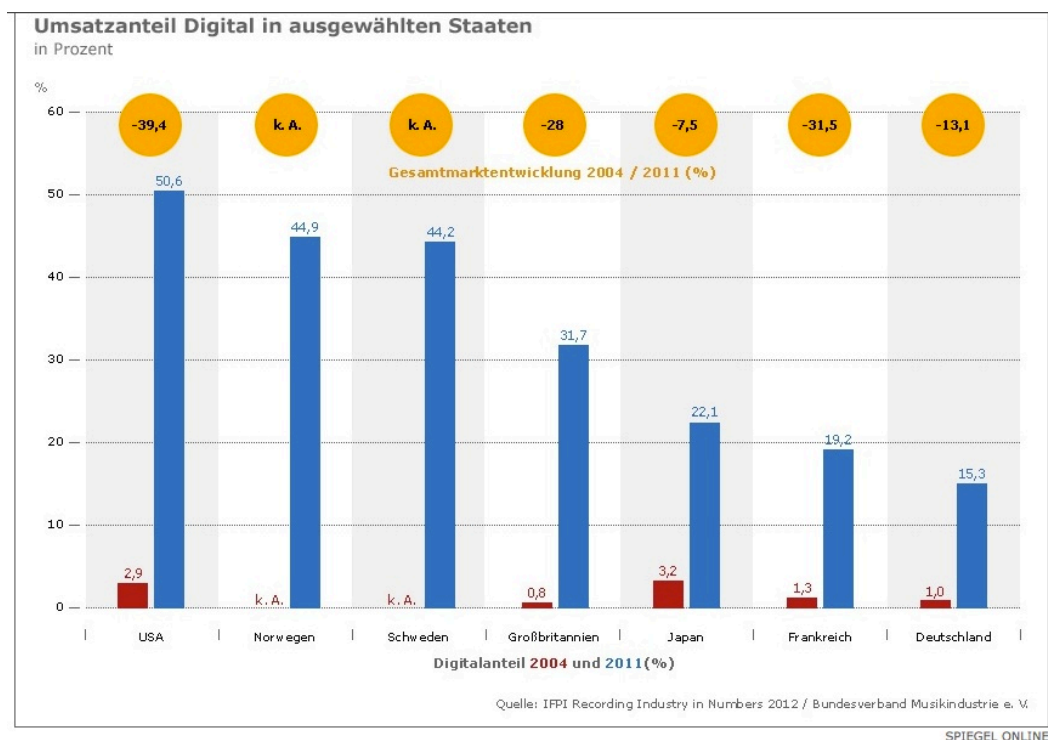
Stand: 19.08.2011

Abbildung 4: Umsatzanteile der 5 stärksten Länder am Musikmarkt

In diesem Jahr fällt der Umsatzanteil von physischen und digitalem Musikverkauf laut Statistik in Amerika auf 36,8 %. Dagegen steigt in Deutschland der Anteil um 6,6 % an. Großbritannien macht einen riesen Sprung mit einem Umsatzplus von 2,2 % auf 10,5 %.

2010 ist klar zu sehen, dass Amerika weiterhin an Umsatz verloren hat und somit mit einem Minus auf 30,2 % fällt. Dagegen holt Deutschland auf und etabliert sich 2010 mit 8,3 %. Großbritannien verliert an Umsatz und hält sich 2010 mit 8,2 % am Musikmarkt.

Vergleicht man nun diese Länder miteinander sieht man wie sich der digitale Musikverkauf im Laufe des technischen Fortschritts verhält.



Internationale Musikmärkte: Ein hoher Digitalanteil bedeutet nicht zwangsläufig enorme Verluste beim Gesamtumsatz mit Nicht-Live-Musik. In Schweden (44 Prozent Digitalanteil 2011) war der Gesamtumsatz 2011 fast so hoch wie 2007 - in den USA schrumpfte er in dem Zeitraum um 28 Prozent

Abbildung 5: Vergleich - Digitaler Musikverkauf

Nimmt man nun den Vergleich von 2004 zu 2011, ist deutlich zu erkennen, dass der digitale Musikverkauf über Downloads enorm zugenommen hat.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Vgl. Spiegel Online (2012)

Als Beispiel sieht man 2004, dass der digitale Kaufanteil in Amerika bei 2,9 %, in Großbritannien bei 0,8 % und in Deutschland bei 1,0 % liegt. 7 Jahre später hat sich extrem viel getan. Amerika sticht mit einem Digitalanteil von 50,6 % hervor, gefolgt von Großbritannien mit 31,7 % und Deutschland erzielt 15,3 %.

Aufgrund des technischen Fortschritts und den Möglichkeiten, die heute geboten werden, ist es einfacher online seine Käufe zu tätigen. Man hat den Vorteil, das man Zeit einspart, man kann sich genau das raussuchen was man haben möchte und man ist nicht gezwungen sich ein Album zu kaufen, auf dem man nur einen Song gut findet und daher 20 € dafür ausgeben muss, wenn man über I-Tunes pro Single 1,29 € bezahlt.

Natürlich werden in dieser Statistik nur die legalen Downloads berücksichtigt. Man bedenke, dass durch den raschen Anstieg der digitalen Käufe natürlich der CD-Kauf im Einzelhandel einstecken muss. Wenn der Markt sich weiterhin so entwickelt, ist es nicht abwägend zu denken, dass es in naher Zukunft nur noch ein Online-Einkaufportal für Musik geben wird. Die interessante Frage wäre hier, ob sich der deutsche Markt wie in Amerika und Schweden zukünftig ausschließlich auf digitale Einnahmen einstellen sollte oder ob weiterhin ein so hoher Umsatz über den regulären CD-Kauf durch den Einzelhandel erzielt wird. Das damit in Verbindung stehende Thema sind die Musik-Flatrates, die über Abonnements erworben werden können. Momentan sind die Flats in Schweden am Digitalmarkt stark vertreten.

Seit dem Start von Spotify 2008 ist die Nachfrage nach den Abos immer größer geworden. Kurz beschrieben ist Spotify eine App, die für PC's, Smartphones und I-PADs entwickelte wurde. Sie wird auch als Jukebox bezeichnet, in der die Nutzer eine Bibliothek voller Songs angeboten bekommen, in der Sie gegen eine Gebühr ihre Lieblingstracks anhören und mit anderen austauschen können. Die hohe Kundenquote der Spotify-Nutzer erfolgt in Schweden durch die Zusammenarbeit mit dem Internet-Partner Telia. Daher ist es fraglich, ob das Abonnement in Deutschland wie auch z.B. in Amerika genauso einen Hype auslöst und die Streamingdienste von Kunden genutzt werden. 2011 lagen die Umsätze durch die Nutzung von Spotify in diesem Bereich in Deutschland als auch in Amerika bei 6%.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Vgl. Spiegel Online (2012)

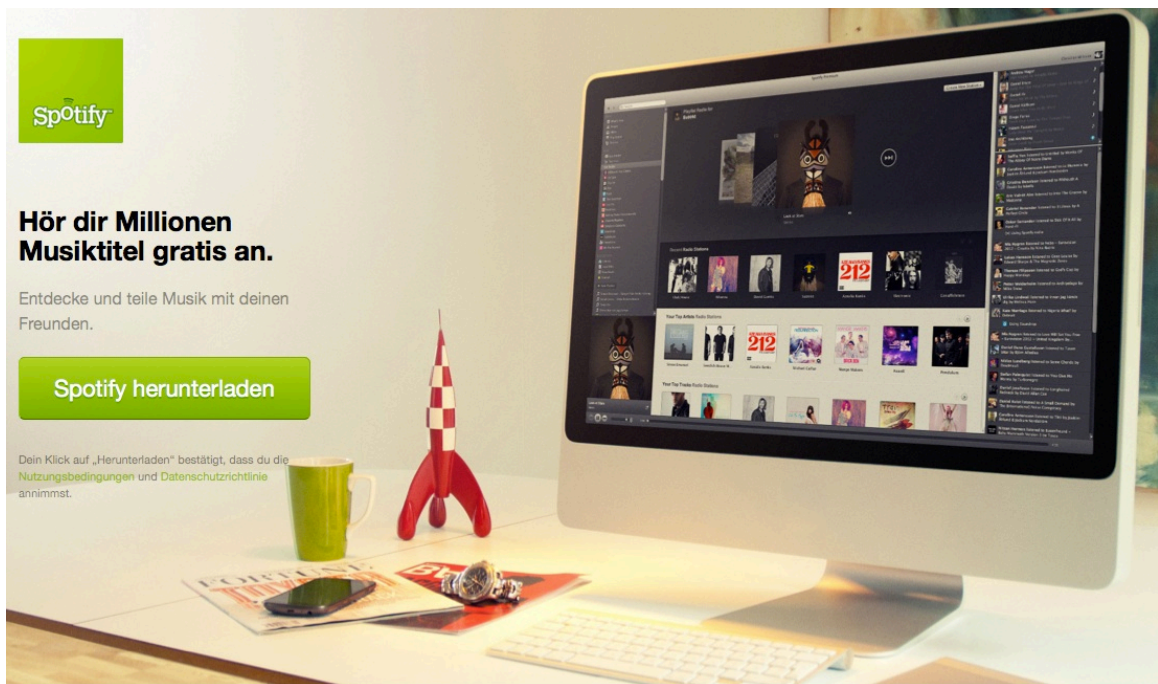


Abbildung 6: Spotify – ein Musikanbieter der als App oder auf dem PC downgeloadet werden kann

**„Im Endeffekt glaube ich, dass Kombinations-Angebote und Streaming-Dienste die Zukunft sind. Ich bin ein ganz großer Spotify-Fan. Ein großartiger Dienst. Du kannst dir da alles anhören. Dieses besitzen wie es früher war ist nicht mehr wichtig. Ich will halt nur noch mit dem I-Phone Musik hören, wenn ich Lust habe. Ich glaube, dass wird sobald Spotify mit einem großen Telekommunikationsdienstleister zusammenkommt und du dieses Paket in Kombination mit deinem Handyvertrag kaufen kannst der Trend werden,“**

**so Musikexperte von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.<sup>15</sup>**

---

<sup>15</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

## 2.4 Musiklabels

Musiklabels oder auch als Plattenlabels bezeichnet, sind Unterfirmen einer Plattenfirma (Tonträgerunternehmen). Möglich ist es aber auch, dass jeder, unabhängig von einer Plattenfirma, ein Label, unter der Einhaltung bestimmter Voraussetzungen der Behörden, gründen kann. Jedes Label das bereits Künstler unter Vertrag hat, erhält einen 4-stelligen Zahlencode, der bei Veröffentlichung der Tonträger mit dem Vermerk LC (Labelcode) auf der CD mit aufgeführt wird.

Plattenlabels sind dafür zuständig ihre Musiker unter ihrem Künstlernamen zu vermarkten und stellen zeitgleich den Vertriebsbereich im Tonträgerunternehmen dar. Ihre Hauptaufgabe besteht darin über die Arbeit der A & R (Artists and Repertoire) neue Nachwuchstalente im musikalischen Bereich zu finden. Zu ihren weiteren Tätigkeiten gehört die Herstellung, der Vertrieb und die Vermarktung von Tonträgerveröffentlichungen.

Man unterscheidet 2 Arten von Plattenlabels. Einmal die Major- und die Independent-Labels. Die Major-Labels, Kurzform von major companies, sind die erfolgreichsten und umsatzstärksten Musiklabels, die es gibt und haben insgesamt einen Marktanteil von mehr als 75%. Man nennt die 4 mächtigsten Major-Labels nicht umsonst *The Big Four*.

Zu den erfolgreichen 4 gehören Universal Music, EMI, Sony Music und Warner Music. Jeder der 4 großen Labels hat mehrere Tochterfirmen oder auch (sub) Labels bezeichnet, in denen z.B. die Künstler nicht direkt bei Sony, sondern bei Columbia Records unter Vertrag stehen. Sie sind eigenständige Firmen, die ihre Künstler betreuen, aber liegen dennoch unter der Hand von Sony, die die letzten Entscheidung treffen z.B. bei Entlassungen der Arbeitskräfte oder finanzielle Angelegenheiten.

Die Major-Labels sprechen den (sub) Labels nicht in ihre Arbeit hinein, wie z.B. welche Alben veröffentlichen werden sollen oder wie man einen Künstler besser betreut. Hier können die Tochterfirmen frei agieren.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Vgl. About (2012)



*Abbildung 7: Universal Music Group - Major-Label*

Die Universal Music Group ist das führende Label der *The Big Four*. Die Anfänge der Universal Music Group (UMG) sind auf die in Hollywood gegründete Filmgesellschaft zurückzuführen. Universal ist das Label mit den höchsten Plattenverkaufszahlen.

Zu den Tochterfirmen der UMG gehören Interscope und Geffen music companies, die Künstler wie 50 Cent und U2 unter sich haben. Das zweitgrößte Label der 4 genannten, stellt Sony BMG Music Entertainment dar. In Zusammenarbeit fusionierte die japanische Firma Sony mit Bertelsmann 2004 und gründete Sony Music. Zu dem Major-Label gehören unter anderem Arista, Columbia, Epic, J, Jive, RCA, East/West, Zomba Music Group und Rough Trade Records. Dazu gehören Künstler wie Alicia Keys und Kelly Clarkson. An dritter Stelle folgt die EMI Group. Zu EMI gehören Astralwerks, Capitol, EMI, Mute and Virgin. Künstler wie The Beatles und Robbie Williams gehören zu dem Konzern.

Last but not least folgt Warner Music Group. Zu dem Label gehören Tochterfirmen wie Asylum, Atlantic, Lava, Reprise, Rhino und Warner Bros. Namhafte Künstler wie Madonna und Green Day sind Künstler des 4. Major-Labels.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Vgl. Spinner (2012)



Abbildung 8: The Big Four - Major-Labels

Jede Band, die zuvor einen Plattenvertrag bei einem Independent-Label hatte, möchte Teil dieser erfolgreichen Familie sein. Die andere Seite ist die der Independent-Labels. Sie haben den großen Vorteil gegenüber den großen Majors, dass Sie unabhängig von den großen Firmen arbeiten können und daher keiner Verpflichtungen nachkommen müssen. Daraus resultiert auch der Name der *Independents* (=unabhängig). Die meisten Indie-Labels sind darauf spezialisiert neue musikalische Trends zu finden und alternative Musikrichtungen hervorzuheben. Man versucht neue Stile zu finden und noch nie Dagewesenes umzusetzen.

Im Vergleich zur Popmusik der Majors ist die Richtung der Indies noch emotionaler. Auf den Text wird noch mehr Wert gelegt, um Wut, Aggression und Depression noch realistischer rüberzubringen und den Fans zu vermitteln. Bei den Indie-Labels gleicht die Organisation und Leitung eher einem Familienbetrieb. Die Bindung zu den Künstlern ist viel größer als bei den Major-Labels. In den seltensten Fällen bleiben Künstler bei den Indie-Labels, da in diesen Fällen z.B. die Vermarktung im Ausland, aufgrund des Kontaktmangels, erschöpft ist.

Aufgrund von guten Angeboten und zusätzlichen Geldmitteln werden gute Künstler in den Indie-Labels von den Major-Labels abgeworben. Einige kleine Plattenfirmen sind in dem VUT, Verein Unabhängiger Tonträgerunternehmen, in Hamburg als Mitglied eingetragen.

Seine Aufgabe ist es als Informationsorgan unter den kleinen Musiklabels weiterzuhelfen und organisiert ein mal im Jahr einen Kongress, bei dem Vorträge zu den verschiedensten Themen im Musikbusiness diskutiert und erläutert werden. Die neuste Information über die *The Big Four* – Major Labels ist, dass nun auch die Universal Music Group mit den anderen 3 Major Labels eine Übereinkunft mit Apple geschlossen hat, um den Inhalt am bald erscheinenden I-Cloud-Streaming-Service mit zu nutzen.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Vgl. Jahnke (1998)



## Universal last of big four music labels to join Apple iCloud

Full set collected



3 June 2011 11:41 GMT / By Rik Henderson

Google™ Custom Search

**Top Geldanlage - 12% p.a.**  
Hohe Renditen, krisenfest und steuerfrei in Edelholz anlegen!  
[teak.lifefreestry.com/TopGeldanlage](http://teak.lifefreestry.com/TopGeldanlage)

**Android-App-Programmierer**  
Fernkurs zum Geprüften Android-App-Programmierer. Gratis Infos hier!  
[sod.de/Android-App-Programmierer](http://sod.de/Android-App-Programmierer)

**stylefruits.de**  
Hier macht Online Shopping Spaß. Outfits gestalten & bestellen.  
[www.stylefruits.de](http://www.stylefruits.de)

AdChoices

### Related articles

**Apple iPad (3rd generation)**  
Is it really revolutionary?

Abbildung 9: The Big Four – News

**„Die EMI wurde von Universal gekauft und EMI-Publishing von der Sony. EMI ist nicht mehr existent. Daher gibt es nur noch die 3 großen Konzerne. Wenn du ein Künstler bist mit einem Hit und diese 3 Vorzüge hast, gibt es nichts Besseres als bei einem Major-Label unter Vertrag zu sein, um dich weltweit publik zu machen. Ich kann hier auf den Knopf drücken und in Indochina wird jemand deine Single hören, wenn ich es will und es gut genug ist,“<sup>19</sup>**

**laut dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.**

## 2.5 Castingshows im Fernsehen

Mittlerweile gibt es so einige Castingformate, die regelmäßig im deutschen Fernsehen ausgestrahlt werden. So sendet ProSieben *The Voice of Germany*, *Unser Star für Baku* und *Popstars*. VOX strahlt *X-Factor* aus, SAT. 1 hat *The Winner is...*, und RTL unterhält die Leute mit der legendären *Deutschland sucht den Superstar*-Show bzw. dem *Supertalent*.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

<sup>20</sup> Vgl. Berliner Zeitung (2012)

Castingformate wie *X-Factor*, *The Voice of Germany*, *Unser Star für Baku* und *Popstars* sind 4 Sendungen, die noch Wert auf wirkliche Gesangstalente legen und ihren Schwerpunkt auf die Stimmen legen.



Abbildung 10: *The Voice of Germany*, Castingshow auf Pro7

Solche Castingteilnehmer wie Menderes, der bereits bei Deutschland sucht den Superstar nach 3-maliger Teilnahme immer noch nicht in den Recall gekommen ist, gibt es bei *X-Factor* oder *The Voice of Germany* nicht. Gesanglich schlechte Acts werden nicht weitergelassen, nur die Guten kommen ihrem Ziel näher. Bei *The Voice of Germany* kann die Jury die Kandidaten nicht sehen und haben daher keine Möglichkeiten objektiv zu urteilen, sondern können nur sachlich aufgrund der Gesangsqualitäten bewerten.<sup>21</sup>



Abbildung 11: Castingformat auf Pro7, *Popstars*

---

<sup>21</sup> Vgl. Berliner Zeitung (2012)

Ganz im Gegenteil steht bei *Deutschland sucht den Superstar* als auch beim *Supertalent* nicht das Talent im Vordergrund, sondern geht es hier vielmehr um das Entertainment und den Unterhaltungsfaktor, um die Einschaltquoten im Fernsehen hoch zu treiben. Aussagen von Detlef D! Soost oder Dieter Bohlen steigern den Unterhaltungsfaktor in den Sendungen und erwecken bei den Zuschauern positive als auch negative Emotionen. The Winner is... ist ein relativ neues Format, welches Anfang 2012 auf Sat.1 gezeigt wurde. Diese Sendung ist zwar auf der Suche nach Talenten, aber in dem Bezug, dass die beste Stimme 1.000.000,-- € mit nach Hause nehmen kann. Es geht hier also nicht direkt, um einen Plattendeal, sondern darum die Leute mit einem Koffer voller Geld in eine Gameshow zu locken. Definitiv gibt es ein solches Konzept für eine Talentsendung auf dem deutschen Markt noch nicht. Mit *Popstars* startete 2000 die Castingshow-Area. Die damaligen Gewinner der 1. Staffel waren die No Angels. 2 Jahre später strahlte man die 1. Staffel von *Deutschland sucht den Superstar* aus. Alexander Klaws gewann damals den Titel des ersten Superstars in Deutschland. Daraufhin folgten die weiteren Formate. Es entwickelte sich in eine Übersättigung des deutschen Marktes an Castingformaten. Die Zuschauer wussten teilweise nicht mehr welche Sendung Sie anschauen sollten und vor allem welcher Teilnehmer zu welchem Format gehört. Aufgrund des zu großen Angebots an verschiedenen Castingshows blieben die Einschaltquoten im Vergleich zum Start der Formate in den 1. Staffeln im Keller bzw. sehr gering. Die erste Sendung der 9. Staffel von DSDS strahlte man am 18.01.2012 zur Hauptsendezeit aus und erzielte eine Einschaltquote der 14-49 jährigen Fernsehzuschauer von 3,31 Mio. um 20:15 Uhr.<sup>22</sup>



Abbildung 12: RTL-Serie, *Deutschland sucht den Superstar*, 9. Staffel

---

<sup>22</sup> Vgl. Berliner Zeitung (2012)

Die Quote von 25,2 % war seit November 2005 der schlechteste Wert laut Branchendienst der DWDL. Für den Zuschauer wäre interessant neue Fernsehformate zu entwickeln und nicht noch die 9. Staffel von *Deutschland sucht den Superstar* anzuschauen, in der man mittlerweile weiß, wie Alles abläuft und den Konsumenten im Endeffekt nur langweilt. Es fehlen Alternativen, die das Fernsehen wieder schmackhaft für den Zuschauer machen. Andreas Laux, Redakteur von Focus Online, meinte zu diesem Thema:

***“Dieter Bohlen hat alles weggeholt, was es an Untalent im deutschen Fernsehen gibt. Wird Zeit, dass der Schimpf-Titan aufs Altenteil geht.”<sup>23</sup>***



Abbildung 13: Dieter Bohlen, Jurymitglied bei DSDS

Inzwischen sind die Einschaltquoten bei *Deutschland sucht den Superstar* gesunken, denn die Unterhaltungssendung hat Konkurrenz von *The Voice of Germany* bekommen. In dieser Sendung wird kein Wert auf dumme Sprüche gegenüber Kandidaten gelegt, um diese dann vor laufender Kamera bloß zu stellen, sondern da wird die Katze am Schwanz gepackt und nur wirkliche Talente in die nächste Runde gelassen.<sup>24</sup>

Reportagen zeigen nur zu genügen, die negative Seite solcher Castingshows. Viele Dinge werden im Vorfeld getürkt, was der Zuschauer nicht mitbekommt. Die Teilnehmer sind sich im Vorfeld nicht bewusst, was eigentlich auf Sie zukommt und auf was Sie sich einlassen. Um dem

---

<sup>23</sup> Laux (2012), Focus Online, Artikel: Neues Castingformat – Der Dieter kann gehen!

<sup>24</sup> Vgl. Focus Online (1996-2012)

Niveau in den RTL-Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar* und dem *Supertalent* gerecht zu werden, müssen Teilnehmer folgende Dinge mitbringen, um erfolgreich die nächsten Runden zu meistern, so Andreas Laux, Redakteur Focus Online:

***“Wer da auf sich aufmerksam machen will, muss mindestens Hartzler, Hund oder Heimkind sein. Kunstfúrzer tut’s auch. Die Kunstfertigkeit, Getränkedosen unter der Last des weiblichen Vorbaus zu zermalmern, soll ebenfalls helfen.”<sup>25</sup>***



Abbildung 14: RTL-Sendung, Das Supertalent

Diese Aussagen zeigen nur zu Recht, dass es nicht mehr um Talent in diesen Sendungen geht, sondern um niveauloses Fernsehen zu gestalten und höchstmögliche Einschaltquoten, egal auf welchem Weg diese erzielt werden. *The Voice of Germany* oder *Unser Star für Baku* zeigen, dass es auch anders geht. Quoten gemäß hängt *The Voice of Germany* das Format *Deutschland sucht den Superstar* ab.<sup>26</sup> Am 22.11.2011 startet *The Voice of Germany* mit einer Quote von 23,8 % im Abendprogramm bei Pro7 und überholt *Deutschland sucht den Superstar*, die mit den schlechtesten Einschaltquotenwerten seit Beginn des Formates die 9. Staffel bei der Zielgruppe der 14-49-jährigen eröffneten.<sup>27</sup> Dazu meint der Musikexperte von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH:

***“Casting ist ein adäquates Mittel um Musik und TV zu vereinen. Es hat absolut seine Berechtigung. Was dann natürlich passiert ist, was immer aus so etwas folgt. Das nicht nur einer dieses Format anbietet, sondern der zweite, der dritte und der vierte mit einer ähnlichen Variante folgt.”<sup>28</sup>***

---

<sup>25</sup> Laux (2012), Focus Online, Artikel: Neues Castingformat - Der Dieter kann gehen!

<sup>26</sup> Vgl. Focus Online (1996-2012)

<sup>27</sup> Vgl. Spiegel Online (2011)

<sup>28</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH



Daraufhin sendet RTL nun *Deutschland sucht den Superstar – Kids*. Mit dieser neuen Taktik will der Konzern wieder die Einschaltquoten erhöhen. Am 05.05.12 beginnt die neue Staffel von DSDS Kids und enttäuscht RTL mit einer Einschaltquote von 17,7 %. 3,62 Millionen Zuschauer schauten sich die Sendung an. Zuvor warnte der Kinderschutzbund die Eltern vor der Teilnahme ihrer Kinder an solchen Shows. Dieses Format sorgt dafür, dass die Jury keine ehrliche Kritik über das Talent der Teilnehmer abgibt und auf die Musik will man gar nicht zu sprechen kommen. Auf den Punkt gebracht wird hier die emotionale Welt der Zuschauer beeinflusst. Man versucht über die Mitleids-Schiene die Zuschauer zu gewinnen, die z.B. ein hübsches Mädchen mit einer schlimmen Vorgeschichte ohne Talent sehen und daher für die Person voten.

Peinliche Auftritte von Kindern im Fernsehen zu zeigen, die kein Talent haben und nicht wissen was sie genau auf der Bühne zu machen haben, ist nicht nur unangenehm für die Freunde und die Familie des Teilnehmers, sondern führt sogar schon dazu, dass sich Zuschauer, die nichts mit dem süßen Castingteilnehmer zu tun haben, für dessen Auftritt schämen. Auch hier entscheidet das Publikum wer weiter kommt und wer nicht. Das solche Formate für Kinder negative psychische Auswirkungen haben und die Eltern im Endeffekt ihren Kindern mitteilen müssen, dass Sie aufgrund ihrer schlechten Leistung nicht weitergekommen sind, bedenkt eine Jury mit Dieter Bohlen nicht. Aufgrund der Tatsachen bewertet das Publikum die Sendung mit einer negativen Kritik und steht nicht hinter dem Format.<sup>29</sup>

***„Casting macht dann Sinn, wenn du eine neue gute Idee hast, wenn du gute Acts hast und wenn du eine gute Verlängerungsform über eine Plattform hast. Sprich du brauchst TV-Shows, in denen du immer wieder auftreten kannst. Z.B. Pro7 mit The Voice haben das. RTL und VOX haben das nur bedingt,“<sup>30</sup>***

***laut dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH.***

---

<sup>29</sup> Vgl. Berliner Zeitung (2012)

<sup>30</sup> Musikexperte (2012), Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

### 3 Welche Qualifikationen müssen Künstler mitbringen, um den deutschen Musikmarkt zu erobern?

#### 3.1 Talent

Einer der wichtigsten Punkte, die jeder Musiker mitbringen sollte ist, das Talent. Sei es in Form von gutem Gesang, tänzerischen Leistungen, Entertaining auf der Bühne, als auch die professionelle Arbeit vor der Kamera. Auf einen Punkt getroffen, sich gut verkaufen können. Man kann klar erkennen, dass es heute nicht mehr unbedingt, um die besten Sänger oder Tänzer im Musikbereich geht, sondern um Talente, die das *gewisse Etwas* mitbringen. Als gutes Beispiel ist es in den Castingshows erkennbar, dass die Künstler nicht mit ihrem Talent überzeugen, sondern eine emotionale Geschichte als Aufhänger nehmen, um die Zuschauer in ihren emotionalen Bann zu locken. Hier spricht man auch von einer gewissen Manipulation. Die Zuschauer identifizieren sich mit den Personen und sind neugierig zu sehen, wie sich die Geschichte weiterentwickelt. Das Format Deutschland sucht den Superstar zeigt dies anhand des Paares Petro Lombardi und Sarah Engels, die sich während der Castingshow kennenlernten und eine Liebesbeziehung während den Live-Shows aufbauten. Das wirkliche Talent ist in dieser Sendung auf der Strecke geblieben. Formate wie *Unser Star für Baku* und *The Voice of Germany* sind da anderer Ansicht und halten die gesanglichen Fähigkeiten für das Wichtigste am Markt. Sie sortieren bei ihren Entscheidungen aus wer Talent zum Singen hat oder nicht. In der ersten Show von *The Voice of Germany* drehten Sie den Teilnehmern den Rücken zu und bewerteten diese nur aufgrund ihrer Stimmen. Die Optik war nicht ausschlaggebend, sondern ihr Gesang.



Abbildung 15: The-Voice-of-Germany-Gewinnerin 2012 - Ivy Quainoo

Der Musikexperte von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH meint zu diesem Thema:

***“Wenn man es sich heute in der großen breiten Masse anschaut, findet man sehr wenig Talent. Aber du hast Leute hinter diesen Statisten bzw. Interpreten, die Hits schreiben können. Music Value, Face Value, Story. Das sind die 3 Anforderungen, von denen man 2 Dinge auf alle Fälle mitbringen muss. Dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass man durchläuft und einen Plattenvertrag bekommt. Nehmen wir als Beispiel Somewhere over the rainbow, von dem etwas kräftig gebauten Hawaianer. Die Single emotionalisiert und ist ein Hit, da ist das Interesse an der Person, die dahinter steht nicht mehr so wichtig, denn die anderen 2 Punkte, die es ausmachen einen Hit zu landen, sind gegeben.”<sup>31</sup>***

Viele Künstler haben den Drang bzw. eine Bessenheit zu singen. So auch Barbara Streisand, die sich in der Kindheit stundenlang in ihrem Zimmer aufhielt, um ihre Leidenschaft zum Singen auszuleben. Es gibt auch die Variante, dass trotz extrem erhöhter Nervosität, viele Sänger das Verlangen verspüren, sich vor ein Publikum zu stellen und am Mikrofon zu singen. Keineswegs sollte für den Künstler das Singen nur ein vorübergehendes Hobby sein, sondern ihn sein Leben lang beschäftigen. Die Stimme ist das wichtigste Talent was ein ernstzunehmender Musiker mitbringen sollte. Sie sollte ausbaufähig sein und mit regelmäßigen Übungen trainiert werden. Ein gutes musikalisches Gehör ist ebenfalls ein entscheidender Faktor, der einem von Kindheit bereits, in die Wiege gelegt wurde. Das Wichtigste dabei ist, Töne vom Blatt sowie über Stücke sauber singen zu können, die über das Hören vom eigenen Organ aufgenommen und sofort wiedergegeben werden sollen. Des Weiteren ist eine schnelle Auffassungsgabe, in Bezug auf Stücke zu lernen und von Notenblättern zu Singen, von Vorteil. Durch den heutigen technischen Fortschritt, ist es in den Musikproduktionsprogrammen möglich, die Stimme zu verändern und somit zu verbessern, das aus einer talentfreien Stimme, eine gut klingende wird. Das ist nicht Sinn der Sache.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Vgl. Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH (2012)

<sup>32</sup> Vgl. Schott (2000), S.13 - 15



## 3.2 Instrument spielen

Um sich als Musiker zu verwirklichen sollte man mindestens ein Instrument spielen. Aufgrund der musikalischen Vorkenntnisse, die man beim Spielen des Instruments erlernt, ist es viel einfacher zu verstehen, wie man als Sänger ein Stück zu singen hat. Durch das Spielen des Instrumentes ist einem bewusst, welche Töne welche sind und wie man z.B. punktierte Noten singt. Wenn man nun kein Bezug zu einem Instrument hat, ist es auch um so schwieriger eigene Songs zu komponieren und zu texten, da eine Gitarre oder ein Keyboard sehr hilfreich dafür wären, um die Melodie, die man im Kopf hat perfekt in Notenform umzusetzen. Außerdem lernt man durch das Spielen von einer Gitarre z.B. welche Noten welche sind und weiß, wie Sie in einem Notensystem nach verschiedenen Aspekten aufgereiht sind. Man ist sich dessen bewusst was z.B. für Notenwerte in einer C-Dur-Tonleiter vorkommen. Für ein besseres Musikverständnis jedes Einzelnen ist dies notwendig.



Abbildung 16: Instrument: Keyboard

## 3.3 Gesangliche Fähigkeiten, richtige Atemtechnik

Das entscheidende Talent als Sänger ist seine Stimme. Dabei ist die gesangliche Fähigkeit vor allem die Ausbaufähigkeit der Stimme bzw. eine richtige Atemtechnik ausschlaggebend. Zu unterscheiden sind 2 große Bereiche. Man kann sowohl seine Stimme für den klassischen als auch für den popmusikalischen Bereich schulen. Jeder Gesangslehrer bzw. jede Musikschule geht anders vor. Zunächst ist es wichtig durch Übungen die Stimme zu trainieren. Die Unterschiede zwischen Pop und Klassik sind klar festzuhalten. Als Grundlage haben die klassischen Sänger ein Musikstudium hinter sich und kommen sehr schwer im Bereich Oper unter, da Sie sich unter den anderen Studenten hervorheben müssen. Ein sehr bekannter und erfolgreicher Opernsänger war Luciano Pavarotti. Es gibt aber auch andere Beispiele, die notgedrungen in den Popbereich wechseln, jedoch von Firmen abgelehnt werden.



Abbildung 17: Opernsänger - Luciano Pavarotti, Tenor

Der Grund liegt klar auf der Hand. Die Kondensatormikrofone in den heutigen Aufnahmestudios bestehen aus feinen Membranen, die mit den kraftvollen Stimmen der Opernsänger nicht klar kommen. Da die klassischen Sänger, in voll gefüllten Opernsälen auch die letzten Reihen erreichen müssen, werden die Stimmen so geschult, die Töne bis in die letzten Reihen zu tragen. Hier ist eine kraftvolle Stimme notwendig. Wenn man nun den Weg der Stimmen von Pop- als auch Klassiksänger vergleicht, hat der des Popmusikers nur eine Strecke von wenigen Zentimetern zu überwinden, vom Mund zum Mikrofon. Der Klassiksänger hat die Leute bis zu einer Reichweite von 80 Metern zu erreichen. Ein immenser Unterschied was die Kraft der Stimme angeht. Daher werden die Popsänger als unmusikalisch im Bereich Gesang angesehen, was aber auf keinem Fall der Wahrheit entspricht. Die Aufgabe der Musiklabels ist bei einem Popsänger weniger auf die Stimme zu achten, sondern mehr auf die Reaktion des Mikrofons im Studio, bei der Aufnahme des Künstlers. Im Endeffekt entscheidet die Maschine bei der Aufnahme des Künstlers, ob die Stimme zur Popmusik passt oder nicht und macht es davon abhängig. Der Nachteil des klassischen Gesangsbereiches ist der, dass die Künstler keine Minute damit verbacht haben, im Studio Songs aufzunehmen. Somit ist dieses Gebiet komplett Neuland für Sie. Die Übereinstimmigkeiten in beiden Gesangsvariationen sind das Zwerchfellstützprinzip und die Erziehung der Stimmbänder, damit jeder Ton richtig und klar gesungen wird. Eine deutliche Aussprache im Gesang ist auch hier in beiden Bereichen unumgänglich. Aufgrund der Fakten kann man hier nicht davon sprechen, dass die eine Art von Musik besser als die Andere ist. Beide Musikrichtungen haben ihre Für und Wider. Daher kann auch jeder frei entscheiden, welche Musikrichtung für einen selbst geeignet ist und sich dieser hingeben.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Vgl. Schott (2000), S. 11 - 12

### 3.4 Musiktheorie beherrschen

Ein sehr großer Punkt beinhaltet die Musiktheorie. Viele Personen unterschätzen die Wichtigkeit dieser Kunst. Die Notenlehre selbst ist das A und O für einen Musiker. Nur wer diese Kenntnisse und die Anwendungstechnik versteht, kann sich als Musiker bezeichnen. Dazu gehört zu wissen, wie der Quintenzirkel aufgebaut ist, welche Taktarten bzw. Noten gibt es. Was für eine Tonleiter kann man spielen. Welche Akkorde passen bei Musikkompositionen zusammen. Diese Dinge sind Grundlagen, die jeder Musiker der ins Business möchte, beherrschen muss. Von der Musiktheorie, ist der Rhythmus in Songs, die Geschwindigkeit des Liedes und die Noten, die gesungen werden, abhängig. Viele Faktoren beeinflussen die Musik, die in der Notenlehre ausführlichst beschrieben werden. Sogar durch Halbtonschrittverminderungen oder -erhöhungen wird die Stimmung des Songs extrem beeinflusst und verändert. Dann wirkt der Song z.B. viel trauriger.

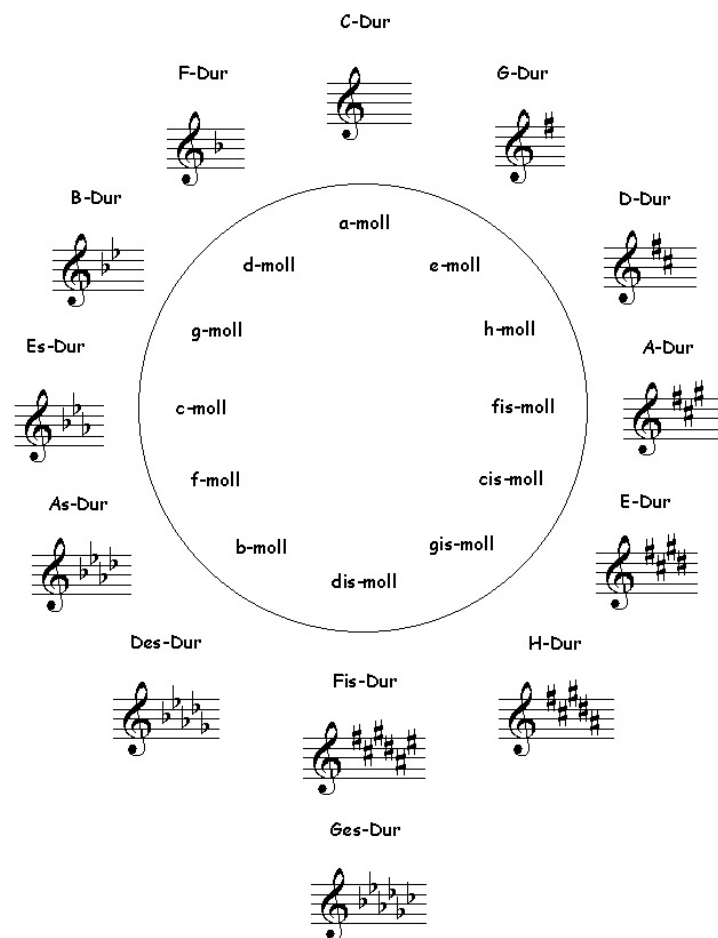


Abbildung 18: Notenlehre - Der Quintenzirkel

### 3.5 Rhythmus im Blut haben, tänzerische Fähigkeiten mitbringen

Ein äußerst wichtiger Aspekt ist das Rhythmusgefühl, das in jedem Musiker von klein auf schon stecken muss. Wichtig zu wissen, wann der Takt des Songs beginnt und welche Taktart es ist, ist für einen Musiker entscheidend. Künstler, die im Studio stehen und nicht wissen, wann ihr Einsatz ist, sind erstens unprofessionell und im falschen Film. Desöfteren macht einem auch die Nervosität einen Strich durch die Rechnung. In dem Moment bei der Aufnahme in Studios muss der Künstler zeigen, was er drauf hat und wenn ihn da die Nerven verlassen und sein Rhythmus zum Song nicht passt, kann das schlechte Konsequenzen für ihn haben. Der Produzent hat nicht ewig Zeit, um die Aufnahme zu machen, sondern holt sich dann einen neuen Act. Man muss auf Knopfdruck funktionieren. Wer das nicht beherrscht hat keine Chance. Zeit ist Geld.<sup>34</sup> Nicht in allen Fällen im Musikbusiness sind tänzerische Fähigkeiten Voraussetzungen. Meist sind Sie mit dem Rhythmusgefühl gekoppelt, denn wer seinen Takt beherrscht, kann auch die richtigen Bewegungen an den richtigen Stellen ausführen.



Abbildung 19: Tanzszene - Jennifer Lopez und Backgroundtänzer

So kann auch wieder die Castingshow als Beispiel genommen werden. Denn bei *Deutschland sucht den Superstar* und *X-Factor* zum Beispiel liegen der Gesang bzw. das Entertaining vermehrt bei *DSDS* im Vordergrund. Für *Popstars* dagegen ist der Gesang auch sehr wichtig, aber Detlef D! Soost verlangt auch von seinen Kandidaten ein gewisses Maß an gutem Tanz.

Eine gute Grundlage ist es, wenn man später gern im musikalischen Bereich Arbeiten möchte, den ersten Step zu machen und sich für Kurse im Bereich Jazz oder Hip Hop in der Tanzschule anmeldet.

---

<sup>34</sup> Vgl. Schott (2000), S. 15

### 3.6 Optisches Erscheinungsbild – SEX SELLS

Dazu gibt es in diesem Business nur einen Satz zu sagen. SEX SELLS! Ob nun Britney Spears, Lady Gaga oder Rihanna auf der Bühne stehen. Alle 3 Top-Acts haben eine Sache gewiss gemeinsam. Sie tragen alle die knappesten Outfits auf der Bühne. Heutzutage geht es im Medienbereich darum, die schockierendsten und freizügigsten Musikvideos bzw. Auftritte hinzulegen wie z.B. der Kuss zwischen Britney Spears und Madonna bei den MTV Video Music Awards 2003. Oder berühmte Musik von Rihanna oder Lady Gaga zu produzieren (Rihanna: S&M). Es geht darum Aufmerksamkeit auf sich zu erregen. Je gewagter desto besser. Keine Frage, die Männer sind begeistert von der Freizügigkeit der hübschen Popmusikerinnen.



Abbildung 20: Artist: Rihanna

Der Medienbereich ist eine sehr oberflächliche Branche. Nimmt man z.B. Lady Gaga, sieht man zu welchen Mitteln Sie greift, um Aufmerksamkeit zu erregen. Sex ist in den Medien stark vertreten. Um Erotik in Videos oder auf der Bühne rüberzubringen, muss man sich nicht komplett enthüllen.<sup>35</sup>

Das klassische Bild von einer Frau im TV heute ist: schlank, hübsch, erfolgreich. Die Frau muss heutzutage schlank sein. Die Casting-Model-Show *Germany's next Topmodel by Heidi Klum* lebt es vor. Experten der Deutschen Gesellschaft für Psychosomatische Medizin und ärztliche Psychotherapie (DPGM) warnen bereits junge Zuschauerinnen davor, dass sich schlanke Mädchen beeinflusst durch solche Castingformate, zu dick fühlen und daraufhin anfällig für Magersucht werden. Alle Mädchen wollen so aussehen wie ihre Idole im Fernsehen und berühmt werden. Daraufhin machen die Mädchen Diäten Essen nichts mehr und in vielen Situationen artet es aus und die jungen Teenies liegen mit Bulimie im Krankenhaus, weil Sie sich zu dick fühlen und nichts mehr Essen können bzw. wollen.

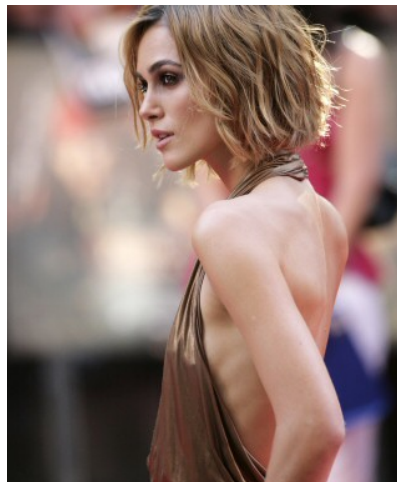
---

<sup>35</sup> Vgl. stern (2012)



*Abbildung 21: Magersuchtbeispiel*

Laut einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) fühlen sich 80% der normalgewichtigen Germanys next Topmodel-Zuschauerinnen zu dick und würden gerne die Hälfte ihres Gewichtes reduzieren, um perfekte Modelmaße zu haben und starten daraufhin ihre Diäten. Fest steht dass bereits 0,8 % der 14-20-jährigen Mädchen Magersucht und 3% Bulimie haben.<sup>36</sup> Die Oberflächlichkeit hat im Musikbusiness überhand genommen. Wenn man die Schönen und Reichen aus Amerika betrachtet oder allgemein Künstler, die erfolgreich sind, gibt es kaum Popstars die etwas stärker gebaut sind. Viele der Celebrities sind schlank, oft schon zu schlank, wie Keira Knightley (s.Foto).



*Abbildung 22: Keira Knightley, Schauspielerin (Eine dunkle Begierde, 2011)*

---

<sup>36</sup> Vgl. Hannoversche Zeitung (2012)



Wir Normalbürger werden durch die Medienwelt extrem beeinflusst bzw. manipuliert und nehmen diese Art zu denken von den Stars an. Aufgrund der Sichtweise ist es schwierig, sich einen guten Sänger vorzustellen, der eine wahnsinnige Ausstrahlung hat, mit einer überragenden Stimme überzeugt und dazu dick ist. Mittlerweile hat sich diese Ansicht ein wenig geändert, denn z.B. Künstler wie Adele haben gezeigt, dass es auch anders geht und räumen Grammy-Awards ab.



Abbildung 23: Adele, Sängerin (Someone like you)

### 3.7 Einsatz der Mimik und Gestik auf der Bühne

Bei Auftritten ist ein entscheidender Faktor: die Ausstrahlung. Sie besteht unter anderem aus Mimik und Gestik. Man spricht auch von der nonverbalen Kommunikation (lateinisch: non/verbal = nicht mit Hilfe der Lautsprache). Sie beschreibt die zwischenmenschliche Verständigung anhand der Mimik und Gestik. Bei Auftritten macht sich das Publikum von dem Künstler ein Bild über sein Auftreten auf der Bühne, das Selbstbewusstsein, das Engagement und seine soziale Kompetenz. Wichtig dabei ist, dass der Musiker sich selbst als Person darstellt und nicht künstlich überkommt. Einige gute Tipps aus dem Körper- und Schauspieltraining helfen hier, um sich sicher auf der Bühne zu fühlen. Zu allererst ist ein sicherer Stand auf der Bühne entscheidend. Die aufrechte Haltung auf 2 Beinen verleiht einem ein stabiles Gleichgewicht. Außerdem wirkt es bei dem Publikum sehr selbstbewusst.

Aus dieser Position heraus ist es möglich, ohne Nervosität zu gehen und seinen Standpunkt auf der Bühne zu wechseln. Aufgrund der aufrechten Haltung ist eine effektivere Atmung durch den Bauch bzw. das Zwerchfell möglich, die unterstützend für den Gesang auf der Bühne wirken.

Die Atmung ist ein sehr wichtiger Bestandteil, denn der Act muss wissen, wann er zu atmen hat, um dem Auftritt stand zu halten und nicht in der Mitte einen Ausfall zu bekommen. Das regelmäßige Gesangs- und damit beinhaltete Atemtraining vor dem Auftritt hilft ihm dabei selbstbewusst und ohne Schwierigkeiten, dass die Luft wegbleibt, den Auftritt durchzuziehen.



Abbildung 24: Training - Gestik und Mimik

Was die Gestik angeht, hat jeder selbst Eigenarten an sich, die von geringen kleinen Bewegungen zu riesigen Gestikulationen reichen. Gesten drücken im normalen Leben wie auch auf der Bühne gewisse Dinge aus, die viel über den Menschen aussagen. Nur im Zusammenhang mit der verbalen Kommunikation, also dem "Gesagten", kann die Mimik und Gestik erfolgen. Das erklärt auch das Zustandekommen von Gestik und Mimik im Alltag. Vermehrt erkennt man auf den Bühnen die Unsicherheit eines Acts, wenn z.B. die Songtexte entfallen und die Mimik sich dementsprechend verändert. Der wichtigste Bestandteil der nonverbalen Kommunikation ist der Blickkontakt. Das Publikum ist die Zielgruppe, für die man entertaint und die den Song verstehen sollen. Daher ist ein ständiger Blickkontakt mit dem Publikum bzw. einzelnen Fans unumgänglich. Es ist zudem ein Zeichen von Selbstbewusstsein direkt auf einzelne Personen im Publikum zuzugehen und diese mit dem Song anzusprechen. Es ist wichtig, dem Publikum die ganze Aufmerksamkeit zu schenken. Wichtig dabei ist sich nicht auf eine Person zu fixieren, sondern von Fan zu Fan zu wandern bzw. den Überblick des ganzen Publikums zu behalten. Der wichtigste Punkt ist dem Publikum bzw. einzelnen Fans zu signalisieren, dass man da ist und nicht mit dem Kopf bei einer anderen Sache ist.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Vgl. Strategy Compass (o.J.)



### 3.8 Bühnenerfahrung sammeln in Bands, als Solokünstler etc.

Für alle Musiker, die auf die Bühne wollen und als Chartstürmer durchstarten möchten, ist es wichtig im Vorfeld Bühnenerfahrung zu sammeln. Sei es in Form von Auftritten mit der eigenen Band oder Teilnahme an Karaokewettbewerben. Auch Rollen in Theaterstücken dienen hervorragend als Übung für diesen Bereich. Darüberhinaus ist es auch von Vorteil an Improvisationskursen teilzunehmen, falls im schlimmsten Falle bei Auftritten ein technisches Problem aufkommt und die Musik ausfällt. So kann man improvisieren und steht nicht da ohne zu wissen was man sagen soll. Eine weitere Übung ist es ebenfalls, sich bei Castings diverser Sparten anzumelden und *just for fun* mitzumachen, um seine Chancen auszutesten und dieses vor der Jury-Auftreten zu üben. Über Internetplattformen wie [musiker-sucht.de](http://musiker-sucht.de) oder [musiker-in-deiner-stadt.de](http://musiker-in-deiner-stadt.de) kann man sich seine eigene Band zusammenstellen und seine Musikkarriere starten. Anhand der Suchmasken kann man direkt eingeben was genau gesucht werden soll z.B. Baden-Württemberg, Sänger, Semi-Profi.<sup>38</sup> Bei der Seite [musiker-in-deiner-stadt](http://musiker-in-deiner-stadt.de) gilt das selbe Prinzip. Zusätzlich gibt es hier ein paar Auswahlmasken mehr.<sup>39</sup> Auch Plattformen wie [popbuero.de](http://popbuero.de) (s.Kapitel 9) sind dabei sehr hilfreich.



Abbildung 25: Bandbeispiel: No Doubt

---

<sup>38</sup> Vgl. [musiker-sucht](http://musiker-sucht.de) (2005-2011)

<sup>39</sup> Vgl. [musiker-in-deiner-stadt](http://musiker-in-deiner-stadt.de) (o.J.)

### 3.9 Schreiben und Produzieren von Songs über Musikproduktionsprogramme wie Logic oder Cubase

Viele Musiker möchten nicht nur vorgelegte Songs spielen und singen, sondern auch eigene Songs komponieren und texten. Für das freie Schreiben von Texten und das Komponieren, ist es hilfreich sich auf seine Gefühle zu verlassen und zu schreiben was einem von der Lebenssituation her berührt hat oder noch im Kopf rumgeht z.B. dein Freund/in hat dich mit einer/m Andere/-n betrogen. Du bist wütend und versuchst nun deine Gefühle in einen Song zu verpacken. Was einem auch des öfteren in solchen Situationen hilft, mit Freunden zusammen den Track zu schreiben bzw. zu produzieren oder sich an einem bestimmten Ort, an dem man allein sein kann, sich inspirieren zu lassen z.B. ein Nachmittag bei schönem Wetter am See. Zum Komponieren des Textes kann man entweder sein Klavier, Keyboard oder die Gitarre nehmen und die Akkord- und Melodiefolge auf Notenpapier vorab notieren. Mittlerweile funktioniert nun alles über verschiedene Softwareprogramme am PC. So kann für Windows z.B. Cubase oder ProTools verwendet werden und für MAC-User gibt es LogicPro.

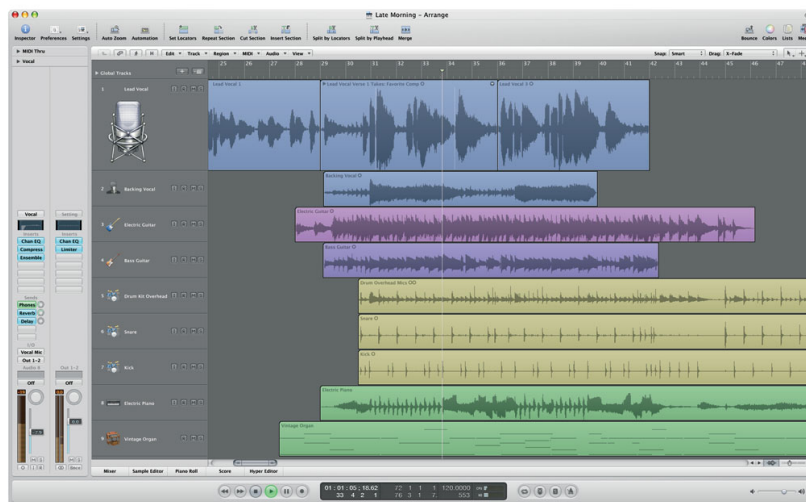


Abbildung 26: Musikproduktionsprogramm für MAC-User - Logic Pro

Diverse weitere Anbieter wie z.B. Magic Music Maker, Garageband und Ableton live gibt es am Markt. Es ist wichtig ein Programm auszuwählen, mit dem man selbst am Besten zurecht kommt. Hier können nun eigene Tracks produziert werden. Um das ganze nun als Homestudio so professionell wie möglich aufzubauen, müssen zusätzliche technische Geräte dazugekauft werden. Über Musik-Online-Stores wie z.B. Thomann.de können alle nötigen Komponenten gekauft werden.

Zuerst muss ein Mischpult (ein sog. Audio Interface) gekauft werden. Daraufhin organisiert man einen geeigneten Laptop bzw. PC und die nötige Software. Anschließend erfolgt der Kauf der Soundkarte und geeignete dafür vorgesehene Lautsprecher. Als nächstes benötigt man einen Verstärker, ein Mikrophon und ein Effektgerät. Schließlich ein Synthesizer, einen Klangerzeuger und ein Keyboard. Das wichtigste im Vorfeld ist zu entscheiden, ob man alle zur Verfügung stehenden Komponenten zum Produzieren benötigt und sich dann gut beraten lässt. Es ist am Anfang eine teure Investition, die man reiflich überdenken sollte.<sup>40</sup> Spezielle Workshops zum *Produzieren von Tracks!* bzw. *Welche technischen Geräte werden für eine Prouktion unbedingt benötigt?* werden über das Popbüro in Stuttgart (s.Kapitel 9) als auch über [audio-workshop.de](http://audio-workshop.de) angeboten.<sup>41</sup>



Abbildung 27: Technische Geräte für Homestudio

<sup>40</sup> Vgl. Thomann (1996-2012)

<sup>41</sup> Vgl. Audioworkshop (2002)

### 3.10 Lampenfieber überwinden

Ein sehr beliebtes Thema ist die extreme Nervosität vor Auftritten zu überwinden. Das Gefühl zu haben, als wird einem die Luft zum Atmen verweigert und die Kehle zugeschnürt, sobald es darum geht auf die Bühne zu gehen und aufzutreten. Sehr viele Menschen haben mit diesem Zustand Schwierigkeiten. Daher bleibt nur die Konfrontation mit dem Problem und es zu lösen, um locker und frei auf der Bühne performen zu können. Wir sprechen hier über nichts anderes als Angst. Angst zu versagen! Hier kommt das Training ins Spiel! Übung macht den Meister. Ein Beispiel aus dem Zirkus zeigt, dass ein Seiltänzer, der in 20 Metern Höhe von dem einem Haltebalken über ein dünn gespanntes Seil zum anderen Haltebalken hinüber balancieren musste, zum Schluss kein Lampenfieber mehr hatte. Von Anfang an war klar, dass er beim daneben treten sofort die Bein spreizt, das Seil zwischen seinen Schenkeln hat und mit dem Kopf nach unten am Seil hängt. Seine Kür probte er erst in 5 Metern Höhe, denn jeder fängt ganz unten an. In diesem Fall steigerte sich der Seiltänzer von 5 auf 10 Metern und immer weiter. Bis es für ihn Alltag war und er keine Angst mehr davor hatte, sondern es frei und locker täglich vorführen konnte. Genauso ist es auch bei den Musikern.



Abbildung 28: Lampenfieber vor dem Auftritt

Je öfter man Auftritte hat und sich seiner Angst stellt, um so weniger Lampenfieber hat man und findet Gefallen an der Sache. Man hat auch nicht das Gefühl steif zu sein und sich nicht bewegen zu können, denn das sind genauso Auswirkungen von Lampenfieber. Eine gesunde Nervosität und ein bißchen Herzklopfen ist vor jedem Auftritt normal, was sich aber schnell während man auf der Bühne ist, legt. Daher ist es umso wichtiger das Training durchzuführen,

um an schlechten Tagen, wenn man nicht in Höchstform ist, trotzdem professionell auf höchstem Niveau für den Zuschauer auftreten kann, um sich nicht das "Down sein" anmerken zu lassen.<sup>42</sup>

### **3.11 Nach einer negativen Erfahrung immer wieder aufstehen – Kämpfen für das was man erreichen will !**

Man kann nur für sich selbst entscheiden, welchen Weg man gehen möchte. Ob man sich nun zu Hause einsperrt und in Selbstmitleid versinkt oder sich zusammenreisst und motiviert ist nochmal aufzustehen und es einfach nochmals zu versuchen. Es ist wichtig, sich nach negativen Erlebnissen nicht hängen zu lassen, sondern noch mehr in sein Ziel investiert, um das Unmögliche für sich selbst und andere möglich zu machen. Fight, fight, fight! Gib nicht auf! Träume nicht, sondern lebe deine Träume. Es liegt an dir was du draus machst.



Abbildung 29: Never give up!

---

<sup>42</sup> Vgl. Schott (2000), S. 16 - 17

## **4 Welche unterschiedlichen Wege gibt es, um vom Hobbymusiker zum Chartstürmer zu werden und einen Nr. 1-Hit zu landen?**

### **4.1 Unterschiedliche Möglichkeiten, die der Markt dafür bietet**

Mittlerweile haben die Musikschaaffenden von heute eine große Auswahl an Möglichkeiten, zu entscheiden, auf welchem Weg Sie an einen Plattenvertrag kommen können, um die Pole-Position in den Charts zu erreichen und mit ihrer Musik erfolgreich zu werden. Der momentan beliebteste Weg ist zu Castingshows zu gehen und vor einer "qualifizierten Jury" sein Können unter Beweis zu stellen. Die Jury besteht meist aus Fachkräften der Musikbranche wie z.B. Nena oder Xavier Naidoo. Unterschiedliche Formate sind auf dem Markt vertreten und suchen nach "musiklischem Nachwuchs" für die Musikbranche. Dazu gehören Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar*, *The Voice of Germany*, *Popstars*, *Unser Star für Baku* und *The Winner is...* Die Frage stellt sich, ob in Wirklichkeit alles so läuft wie es im Fernsehen dargestellt wird. Die Antwort lautet: Nein.

Man spricht von einer Manipulation der Fernsehzuschauer. Heutzutage geht es nicht mehr, um die anfängliche Suche nach einem Superstar bzw. einem guten Gesangstalent, sondern um Personen, die es so noch nicht im Fernsehen zu sehen gab, sogenannte Extreme bzw. Exoten.

So wird der Zuschauer manipuliert, indem dieser glaubt z.B. für seinen Favoriten anzurufen, stattdessen sind es künstlich kreierte Einspieler, die ihm vorgeführt werden. Im Grunde genommen wird der unwissende Zuschauer durch den Hotline-Anruf über den Tisch gezogen. Er ist in dem Glauben, dass Deutschland tatsächlich den Superstar sucht, aber es in Wirklichkeit nicht mehr um Talent geht, das vermeintlich gesucht wird, sondern es vielmehr darum geht, Einschaltquoten zu erzielen, egal mit welchen Mitteln. In 3 Worten gesagt Demütigungs- und Vorführungsfernsehen. Das Interessante ist nicht mal mehr die Finalsendung, sondern die Castings im Vorfeld, die die schlechten Teilnehmer zeigen und von der Jury negativ und beleidigend kritisiert werden, um den Konsumenten vor dem Fernseher zu unterhalten.



Abbildung 30: Deutschland sucht den Superstar, Menderes Bagci, zum 9. Mal DSDS-Kandidat

Das beste Beispiel dazu, Menderes Bagci, DSDS-Teilnehmer, der zum 9. Mal sich an Michael-Jackson-Covers versucht und den Zuschauer mit seinen schlechten Auftritten bei Laune hält. Miserables Talent mit Unterhaltungswert, ist RTL gut genug um es weiterhin auszustrahlen. Diese Kandidaten verkaufen sich an RTL, um einmal kurz im Fernsehen vor den Kameras stehen zu können. Je unverschämter desto besser. So tief ist mittlerweile Deutschland gesunken, bei dem Versuch, die Einschaltquoten in die Höhe zu treiben.<sup>43</sup>

Das damit in Verbindung gebrachte Thema, sind unabhängig von den Castingformaten Gesangswettbewerbe. Regelmäßig werden Wettbewerbe für unterschiedliche Genres und Altersklassen veranstaltet, an denen z.B. Bands oder Sänger/innen teilnehmen können. Sie dienen auch häufig als Sprungbrett, um an einen Plattenvertrag zu kommen und die Charts zu stürmen. Für den Wettbewerb *Rock am Ring-Band-Contest* können sich Bands online anmelden. Die besten 50 werden von einer Jury ausgewählt. Sobald diese feststehen entscheidet die Online-Community per Punktesystem (1-5, 5 entspricht der besten Punktzahl), welche 5 Bands auf der Bühne ihr Können unter Beweis stellen dürfen. Zuletzt fällt das Publikum beim Auftritt die Entscheidung, welche Band gewinnt und die Partycrowd bei Rock am Ring zum Schwitzen bringt.<sup>44</sup> Im klassischen Bereich findet der Hugo-Wolf-Akademie-Gesangswettbewerb 2012 in Stuttgart statt. Bis 15. Juli 2012 ist es möglich sich für den klassischen Wettbewerb anzumelden. Die Anforderungen an die Duos (Sänger/innen) sind sehr hoch. Es sind 25 Arien/Opern aus den verschiedenen Epochen vorzubereiten. Dabei wählt die Jury und die Künstler jeweils zu 50% die Lieder aus. Der Contest besteht aus 4 Runden. Das

---

<sup>43</sup> Vgl. Max (2007)

<sup>44</sup> Vgl. Ringrock (2001-2012)



Finale, d.h. die 4. Runde findet am 6. Oktober im Konzertsaal in der Hochschule für Musik und darstellende Kunst in Stuttgart statt. Es werden jeweils 4 eigen ausgewählte als auch 4 Opern/Arien, die von der Jury ausgewählt werden vorgesungen. Zu gewinnen gibt es den Preis des besten Interpretenduos, der einen Wert von 15.000,-- € hat. Nicht nur das. Für die Gewinner werden zusätzliche Konzerte organisiert und diese werden in der Branche weiter vermittelt. Bei dem *Internationaler Wettbewerb für Liedkunst Stuttgart* bekommt der 2. als auch 3. Platzierte auch einen Geldpreis für seine Leistung.<sup>45</sup>

Für den Popbereich gibt es den internationalen *Euro Pop Contest*, bei dem jeder Sänger/in von 10-24 Jahre, teilnehmen kann.



Abbildung 31: Euro Pop Contest 2012 - Teaser

Anhand eines Demotapes, den Bewerbungsunterlagen wie Kurzbiographie, Foto und Anmeldeformular, registriert man sich für den Contest. Es gibt 3 Runden. Zunächst filtert die Jury anhand den eingesendeten Demotapes die Kandidaten für die 2. Runde, den *Deutschen Vorentscheid*, aus. Die ausgewählten Sänger/innen bereiten für diesen nächsten Step einen Song vor und werden nach Altersgruppen sortiert und dementsprechend bewertet. Die glücklichen Teilnehmer, die jetzt in die Endrunde zu dem internationalen Wettbewerb fahren, haben 2 Songs vorzubereiten, wobei der eine die Alternative zum Pflichtsong darstellt. Der Gewinner, der zum Schluss ausgewählt wird, erhält die Ehre bei dem Grand Prix Berliner Perle aufzutreten, zu dem gewinnt er 500,-- €. Desweiteren wird eine Single mit dem Erstplatzierten produziert und veröffentlicht. Auftritte bei diversen TV- und Radiosendern und die Teilnahme an

---

<sup>45</sup> Vgl. Hugo-Wolf-Akademie (2010)



internationalen Gesangswettbewerben werden dem Künstler ermöglicht. Last but not least gehen Platz 2 und 3 nicht leer aus, sondern erhalten einen Geldpreis.<sup>46</sup>



Abbildung 32: Justin Bieber - One of his first videos on youtube

Justin Bieber zeigt uns, dass es auch möglich ist mit seinem selbsterstellten hochgeladenen Video auf youtube, einen Volltreffer zu landen und entdeckt zu werden. Der 17-jährige Teenieschwarm hat mit seinem Charthit Baby eine halbe Milliarde Klicks erzielt und ist zum erfolgreichsten Video aller Zeiten auf youtube gewählt worden. Wenn man Youtube näher betrachtet, werden auf der Plattform 35 Stunden Videomaterial pro Minute hochgeladen und zwei Milliarden pro Tag von den Usern angeschaut. Sehr selten ist es, dass die Videos Klicks im dreistelligen Bereich erzielen. Momentan kostet das Hochladen von Videos auf Youtube nichts. Citigroup schätzt den Umsatz von Youtube auf 825 Mio. €, wohin gehend der Umsatz im laufenden Jahr 2011 auf 1,3 Mrd. € gestiegen sein soll. Prozentuale Anteile am Umsatz werden an die Videoproduzenten ausbezahlt. Für die Werbekunden, die regelmäßig ihre Videos hochladen, gibt es die Möglichkeit, Videokanäle zu abonnieren. Um sich besser zu Vermarkten, ist youtube eine geeignete Plattform, da Sie den Kunden unterschiedliche Werbemaßnahmen ermöglichen wie z.B. Banner auf der Website, Einblendung der Schrift im Video oder als kurzer Werbeclip vor dem Video. Das optimale Video, um berühmt zu werden gibt es nicht. Hier ist Individualität und Kreativität gefragt. Wichtig ist ein Clip zu schaffen, der viel Gefühl zeigt, einen Unterhaltungsfaktor hat und in dem Humor mitintegriert ist. Marti Fischer, Youtube-Comedy-

<sup>46</sup> Vgl. Euro Pop Contest (2002)

Entdeckung, entgegenet der Berliner Morgenpost: Youtube habe den Weg revolutioniert, wie Talente heute entdeckt würden.“<sup>47</sup>



Abbildung 33: Beschriftung der eigenen Demo-CD für TV- oder Radiostationen

Eine weitere Möglichkeit stellt der Versand von Demotapes an Plattenlabels dar. Viele Musiker versuchen es über diese Schiene und senden ihre eigen produzierten Tracks an die Labels und hoffen auf einen Plattenvertrag. Labels wie Sony Music Entertainment bieten auf ihrer Internethomepage allen Musikschaaffenden die Möglichkeit, sich per Demotape bei dem Plattenkonzern zu melden, weisen aber auf eine hohe Anzahl an Bewerbern hin und führen nochmals klar auf, welches Potential die Künstler mitbringen müssen. Für die Bewerbung selbst, ist es notwendig ein Demotape als CD-Format oder als Online-Stream in eine E-mail zu verpacken. Als nächstes entscheidet man, in welche Stilrichtung das Demoband des Künstlers bzw. der Band geht und sendet es an die jeweilige A & R-Abteilung. Die A&R's sind in den Plattenfirmen ausschließlich für die Künstlersuche zuständig (A&R steht für Artists and Repertoire). Heutzutage gibt es so viele gute Künstler. Die Kunst darin ist es, außergewöhnliche Stimmen mitzubringen bzw. Bands, die es in so einer Form z.B. mit einer speziellen Musikrichtung und dementsprechenden neuen Stilen noch nicht gibt. Kreativität ist gefragt. Vor allem stark genug sein, um wichtige Entscheidungen fällen zu können und Niederlagen wegzustecken. Grundvoraussetzung ist es ein gutes Durchhaltevermögen zu haben und dem Druck Stand zu halten, um im Musikbusiness zu überleben. Sei es in Form von Veröffentlichungen von Singles bzw. Alben, die laut Plattenfirma unbedingt in die Top10 kommen müssen oder täglich top gestylt zu erscheinen, um vor Presseterminen, Interviews oder Autogrammstunden den perfekten Auftritt hinzulegen. Die Plattenlabels erwarten, dass

<sup>47</sup> Vgl. Berliner Morgenpost (2011)

sich die zukünftigen Musikschaaffenden von anderen Künstlern abheben und vor allem an sich und an ihr Projekt glauben. Wenn das Plattenlabel sich nach 10 Wochen nicht gemeldet hat, muss dem Musikschaaffenden klar sein, dass entweder seine Leistung nicht ausgereicht hat und er noch mehr an sich zu arbeiten hat oder aufgrund der hohen Anzahl an Bewerbern die CD nicht angehört wurde.<sup>48</sup>

Die 3. Variante ist sich mit Demotapes bei Radiosendern zu melden, um dann mit seinen eigenen Tracks live auf Sendung gehen zu können. bigFm bietet hier auf ihrer Homepage das community portal an, in dem man unter mybigfm ein eigenes Profil einrichten kann. Dies kann als Künstlerprofil verwaltet und eigen produzierte Tracks hochgeladen werden. Über [Newcomer@bigFM.de](mailto:Newcomer@bigFM.de) sendet man seine Daten an die Musikredaktion von bigFM, die dann entscheidet, welche 2 Newcomer pro Woche der bigFM-Community zum Voting zur Verfügung stehen. Wer *Hot oder Not* ist, liegt an den Zuhörern, die sich immer online bis Freitag auf bigfm.de die 2 Newcomer anhören können und je nachdem für ihren Favoriten abstimmen.



Abbildung 34: BigFm - Podcast – Newcomer

Zwei Tage später wird der Gewinner in der NEWCOMER SHOW persönlich zu Jenny, bigFm-Moderatorin, ins Studio eingeladen und vorgestellt. Unter den wöchentlichen Siegern wird zusätzlich ein Monatsgewinner ermittelt, dessen Song 4 Wochen seinen festen Platz auf der bigFM-Playlist hat und täglich gespielt wird.

So gibt es auch hier die Möglichkeit über Radiostationen sich als Künstler einen Namen zu machen.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Vgl. Sony Music (o.J.)

<sup>49</sup> Vgl. bigFM (o.J.)

Eine 4. Möglichkeit ist es als Band bzw. Solokünstler in diversen Bars, Clubs und Restaurants aufzutreten, um so dann von A & R's (Artist and Repertoire) der Plattenfirmen entdeckt zu werden. Deren Hauptaufgabe beschäftigt sich mit der Talentsuche neuer Acts. Von Demotapes anhören, bis hin zu Konzerten in Bars, Restaurants oder Clubs zu besuchen, haben die A & R's allerhand zu tun, um den neuen Superstar ausfindig zu machen. In Stuttgart gibt es einige Lokalisationen wie der Club Proton z.B., der den Acts die Möglichkeit gibt aufzutreten. Des Weiteren bietet das Zwölfzehn, eine Bar auf der Theodor-Heuss-Straße und der Jazzclub BIXX eine Bühne, auf der die Künstler zeigen können, zu was Sie in der Lage sind musikalisch zu leisten. Auch das türkische Restaurant am Rotenbühlplatz in Stuttgart, *Sultan Saray* bietet seinen Gästen regelmäßig in der Woche unterschiedliche Acts, die Live-Musik machen. Der *Harlem Express* ist eine Soul- und Funkband, die das Restaurant zum Schwitzen bringt.<sup>50</sup>



Abbildung 35: Harlem Express, Soul- & Funk-Live-Band

Mit Klassikern, wie Mr. Saxobeat, bleibt auch hier kein Fuß mehr still, sondern lässt das sitzende Publikum zur Partycrowd werden. Das Monatsprogramm wird jeweils immer auf der Homepage veröffentlicht.<sup>51</sup> Ein wichtiger Faktor in dem Punkt ist, dass nicht nur die Bars und Restaurants ausschlaggebend für Musikschafter sind, sondern auch Jugendhäuser.

<sup>50</sup> Vgl. Facebook (2012)

<sup>51</sup> Vgl. Sultan Saray (o.J.)

Hier ist sowohl die jüngere Generation vertreten, als auch das ältere Publikum des Rock- bzw. Popbereichs. Die Jugendhäuser bieten den Superstars von morgen die Möglichkeit, in ihren Räumen mit ihren Instrumenten zu proben und in qualifiziert hochwertig eingerichteten Studios ihre Tracks aufzunehmen. Das Studio kann stundenweise für einen kleinen Aufpreis angemietet werden. Für die einzelnen Musikproduktionsprogramme werden Schulungen im Jugendhaus angeboten, die besucht werden können. Für die Veranstaltungen im Haus gibt es den hauseigenen Club Zentral, in dem Konzerte von z.B. Bands des Jugendhauses veranstaltet werden oder von externen Bands, die Auftrittsmöglichkeiten suchen, benutzt werden. In Zusammenarbeit mit dem Popbüro Stuttgart werden hier verschiedene Events arrangiert.<sup>52</sup>



Abbildung 36: Jugendhaus, Club Zentral, Stuttgart

Zu einem großen Faktor zählen eigenständige Projekte, die von Musik- bzw. Medienschaffenden ins Leben gerufen wurden. Wie z.B. Das ABC der Liebe – Mission Malle (s. Kapitel 5). Ziel des Projektes: Den legendären Auftritt auf Malle zu bekommen. Die Idee: 3 Künstler, die nicht singen können mit ihrem Schlagersong zu vermarkten und Sie ins Schlagerparadies nach Malle zu katapultieren. In Zusammenarbeit mit ihnen eine Dokusoap über den Weg von der Idee ihres Songs bishin zu ihrem Auftritt auf Malle zu drehen und diesen über die Plattform Facebook zu veröffentlichen und zu vermarkten. Das Resultat bestätigt, dass man heutzutage nicht mehr gut Singen können muss, um als Sänger durchzustarten, sondern

---

<sup>52</sup> Vgl. Das Jugendhaus Mitte (o.J.)



zu wissen, wie man seinen Künstler bzw. seine Story gut vermarktet. Die Band konnte nicht nur auf dem Ballermann auftreten, sondern erzielte durch die Vermarktungsstrategie u.a. anhand des Artikel auf Spiegel-Online, einen Warner-Music-Plattenvertrag (siehe Kapitel 5).<sup>53</sup>

Jeder kennt die überfüllten Samstage in Deutschlands Großstädten. Egal ob es Stuttgart, Frankfurt, Hamburg oder München ist. Die meisten Personen haben Samstags frei und wollen den Tag mit Shopping, gemütlich einen Kaffee trinken gehen und die Leute beobachten, verbringen. Zu den Attraktionen auf Deutschlands Einkaufstraßen gehören auch die Straßenmusiker. Über diesen Weg ist es auch möglich die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und z.B. A and R 's, die im Auftrag der Plattenfirmen unterwegs sind, um gute Sänger/Musiker zu finden, von ihrem Talent zu überzeugen.



Abbildung 37: Straßenmusiker Martin mit seinem Papagei Kochanije, Stuttgart

In Stuttgart gibt es z.B. einen Musiker, der tagtäglich die Leute mit seinem vorlauten Papagei und seinen grandiosen Saxophonklängen auf Trab hält. Martin Felbinger (51) ist sein Name und hat seinen Frauenheld den Papagei Kochanije seit 10 Jahren mit dabei. Kochanije liebt die Frauen und pfeift Ihnen tagelang hinterher, während Martin die Königstraße mit Jazzsounds, Schlager und Klassikern unterhält. Ein unschlagbares Team.<sup>54</sup>

Nach dem Start in die Medienbranche als Schauspieler/in, Model oder Moderator/in knüpft man leichter Kontakte und hat so sehr viel mehr Möglichkeiten, als Personen, die kaum Geschäftsführer oder medienschaffenden Personen in diesem Bereich kennen. Daher ist der vorletzte Weg den man als unbekannter Musiker nutzen kann, um den Pophimmel zu erobern,

---

<sup>53</sup> Vgl. Das ABC der Liebe - Mission Malle (o.J.)

<sup>54</sup> Vgl. Stuttgarter Wochenblatt (2012)

seine Kontakte spielen zu lassen, um so dann im Musikbusiness Platten verkaufen zu können und erfolgreicher Chartstürmer zu werden. So ein Beispiel ist Jeanette Biedermann. Die Berlinerin startete erst in der Serie *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* machte dann als Musikerin ihre Karriere.



Abbildung 38: Jeanette Biedermann, Sängerin & Schauspielerin

Ein letzter aber wichtiger Punkt ist die schulische Ausbildung in Betrieben oder an Hoch- bzw. Fachhochschulen im Bereich Musik. Sie ermöglichen den Hobbymusikern, den Weg mit viel harter Arbeit, vor allem Durchhaltevermögen, Stärke und Wissen, hauptberuflich als Musiker durchzustarten. Von Musikschaaffenden an die, die es werden wollen. Hochschulen bieten ein solches Potenzial an qualifizierten Lehrkräften für diesen Bereich, die einem den Weg aufzeigen können. Jedoch den richtigen Schritt in diese Richtung zu machen, liegt in den eigenen Händen. Wichtig zu wissen, ist was man will und in welche Richtung man sich als Künstler weiterentwickeln möchte. Dafür ist es gut zu wissen, dass diese Lehrkräfte über Kontakte in diesen Bereichen verfügen, die einem dann ein wenig bei der Auswahl nach qualifizierten Angeboten weiter behilflich sein können, um an ihren Plattenvertrag zu kommen oder an ihr gewünschtes musikalisches Ziel. Das A und O im Musikbusiness sind heutzutage die Kontakte.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Vgl. Staatliche Hochschule für Musik und darstellende Kunst (o.J.)



Abbildung 39: Tonstudio

Genauso erfolgt es bei betrieblichen Ausbildungen in Tonstudios als Tontechniker oder in Verbindung mit einem Studium als Toningenieur. Hier gilt genau das selbe, denn durch die Zusammenarbeit mit Künstlern oder mit Personen, mit denen man in Kontakt kommt, sei es durch Events oder ähnlichem, ist es einfacher an solche Dinge wie Plattenverträge oder geeignete Jobs ran zukommen, da die Branche von der Mundpropaganda lebt.<sup>56</sup>

## 4.2 Schwierigkeiten und Probleme

Schwierigkeiten und Probleme treten insofern auf, dass durch Castingformate junge Talente die gesanglich gut sind bei Ausscheiden von solchen Shows die Leidenschaft zur Musik aufgeben, weil Personen wie Dieter Bohlen, die Musiker in den Sendungen auflaufen lassen und Sie runtermachen. Dies kann sowohl zu psychischen Störungen bei Teilnehmern, die großes Talent mitbringen, als auch bei Kandidaten, die keine einzige richtig Note treffen, führen. Des Weiteren gibt es den Fall, dass Kandidaten zum Superstar geworden sind und im Vorfeld den Vertrag, den Sie anfangs unterzeichneten, nicht vollständig gelesen haben und total über den Tisch gezogen wurden. Dies natürlich zu spät bemerken. Was auch immer wieder ein sehr wichtiger Faktor sein wird, sind die finanziellen Mittel, die nicht vorhanden sind, um zu Gesangswettbewerben oder Castings für Formate fürs Fernsehen zu fahren. Nicht jeder kann sich ein Zugticket oder ein Flug von München nach Hamburg und zurück leisten, nur um an einem Casting teilzunehmen. Ein negativer Punkt, den Jeder Musiker erleben kann bei der Teilnahme an Gesangswettbewerben oder bei Castingshows ist, dass die Stimme ausfällt und man vor Nervosität kein Wort mehr rausbekommt. Das beste Mittel ist, so oft wie möglich vor

---

<sup>56</sup> Vgl. Bauer Studios Ludwigsburg (o.J.)



Publikum zu singen, um den ersten Auftritt nicht in einer Castingshow zu erleben, sondern vorab in Bars oder Jugendhäuser zu üben. Mehr dazu siehe Kapitel 3 – Lampenfieber überwinden. Auch bei dem Versand von Demotapes an Plattenlabels oder Radiosendern gibt es Probleme. Wie oft kommt es vor, dass sich Labels nicht melden, weil nicht jedes Tape durchgehört wurde. Des Weiteren suchen Plattenlabels und Radiosender, Talente nach gewissen Genres aus d.h. wenn es eine höhere Nachfrage der Zuhörer oder Zuschauer nach House-Music gibt wie z.B. David Guetta, werden die Bewerber, die Musik in Richtung Poprock machen, sofort aussortiert, ohne sich das eingegangenen Tape anzuhören. Eine weitere Schwierigkeit besteht darin, sich nicht daran festhängen zu dürfen, dass Jemand von der Plattenfirma in der Bar, in der man auftritt vorbeikommt und einen entdeckt. Sondern eine Alternativlösung finden sollte. Einen guten Job zu haben und die Musik zum Hobby zu machen. Die Problematik bei eigenen Projekten beginnt bereits bei der Teamarbeit und der Auswahl seiner Mitglieder. Es müssen Personen mit ins Boot geholt werden, die 100% zuverlässig sind und an einem Strang ziehen und es bis zum Ende umsetzen und mit am Ball bleiben wollen. Es muss jedem klar sein, dass die Musik ein zeitintensives Hobby ist. Natürlich steht nur ein begrenztes Budget zur Verfügung, was auch miteinkalkuliert werden muss.

### **4.3 Finanzielle Mittel**

Die finanziellen Mittel können in diesem Bereich ganz unterschiedlich ausfallen. Ist davon auszugehen, dass man die Variante nutzt und sich über ein Demotape bei einem Radio- oder TV-Sender bewirbt, dann hat man außer der Produktion des Demotapes und dem Versand zwar mehr zeitlichen Aufwand, aber geringe Kosten. Was die Castingshows bzw. die Gesangswettbewerbe angeht sind die Reise- und Übernachtungskosten, die einzigen Aufwendungen, die der Künstler zu bezahlen hat. In einigen Fällen dürfen Sie nicht unterschätzt werden wie z.B. wenn die Audition in Berlin stattfindet und der Künstler in München wohnt, müssen alle Kosten privat getragen werden. Nimmt man nun die finanziellen Mittel, die für das Equipment einer Band anfallen, so summiert sich dies ganz schön. Allein schon die Instrumente, die Verstärker usw. sind preislich nicht zu unterschätzen. Wenn Konzerte im Privatbereich selbst organisiert werden, ist vielen im Vorfeld nicht klar, welche Kosten auf einen zukommen. Die Eigenprojektvariante kann preislich nicht klar festgelegt werden, da jeder Kreativarbeitende mit seinem Team bespricht, was an Kosten maximal anfallen darf. Anders sieht es bei Schulkosten an Hochschulen aus, diese fallen bei Start des Studiums an und sind von staatlich bis privat anerkannten Hochschulen unterschiedlich.



Abbildung 40: Geld - ohne geht's nicht!

Von 500,-- € im Semester (alle 6 Monate) bishin zu Studiengebühren für 3 Jahre von 21.000,-- € gibt es heutzutage die verschiedensten Variationen. Das Gegenteil dazu sind die innerbetrieblichen Ausbildungen in Tonstudios. Hier muss nicht als Auszubildender bezahlt werden, sondern der z.B. angehende Tontechniker erhält ein monatliches Gehalt.

#### **4.4 Musikalische Grundvoraussetzungen müssen erfüllt sein/Bühnen- und Kameraerfahrung muss gegeben sein**

Was in Kapitel 3 schon näher erörtert wurde ist, dass die musikalischen Fähigkeiten gegeben sein müssen. Das heißt nichts anderes als, dass man viel Talent mitbringen muss, was das Singen anbelangt. Der Künstler sollte viel Rhythmusgefühl mitbringen, dass er sich sowohl mit als auch ohne Choreographie zu den Beats bewegen kann. Für ihn muss es selbstverständlich sein im Takt zu grooven. Seine zweite Heimat sollte die Bühne sein. Er muss sich wohlfühlen. Kein Fan möchte sein Idol auf der Bühne verängstlich und ohne Biss erleben. Die Sicherheit muss auf der Bühne gegeben sein. In der Mimik und Gestik widerspiegelt sich die Freude auf der Bühne zu sein und gerne für sein Publikum zu singen, daher ist der richtige Einsatz von der Ausstrahlung und den Gesichtsausdrücken so entscheidend. Wichtig ist das emotionale Gefühle richtig rübergebracht werden müssen z.B. wie trauern oder lachen. Es sollte nicht gestellt wirken. Die ständige Konfrontation mit der Kamera wird für den Künstler Alltag sein, das sollte ihm im Vorfeld bewusst sein. In Absprache mit dem Management wird dem Künstler klar gemacht, wie er sich vor den Kameras verhalten und was er vor allem in Bezug auf Reporter bzw. Journalisten und in Pressekonferenzen etc.. von sich geben soll, um seinem Image nicht zu schaden.

## 5 3 Wege, die zum Erfolg geführt haben im Vergleich

### 5.1 Soultrip bei X-Factor



Abbildung 41: Castingshow, X-Factor (VOX, Mediengruppe RTL Deutschland)

#### 5.1.1 Beschreibung des Projekts:

Soultrip ist 2009 entstanden. Nachdem sich Martin und Blago durch eine Musikveranstaltung kennenlernten, planten Sie das Musikprojekt Soultrip zusammen und holten sich noch Nunzio, den Blago bereits von klein auf kannte, mit ins Boot. Die drei Jungs harmonisieren gut zusammen und können sehr gut miteinander arbeiten. Das Projekt Soultrip stand fest und konnte umgesetzt werden. Zusätzlich benötigten die Jungs für die geplanten Live-Gigs weitere Bandmitglieder für Gitarre, Piano und Drums. Kurze Zeit darauf standen alle Bandmitglieder fest. Das Breuningerland Ludwigsburg bzw. Sindelfingen waren u.a. 2 der Locations, in denen Soultrip des öfteren aufgetreten sind. Es kam dann aber der Zeitpunkt, an dem es ohne Beziehungen in die Musikbranche oder zu Plattenlabels für die Band nicht mehr weiterging. Daraus resultierte die Entscheidung bei X-Factor teilzunehmen, um versuchen dies auszubauen. Fest entschlossen wollten Soultrip zu einer seriösen Castingshow und nicht zu einem Format wie *Das Supertalent*. Zudem war zu berücksichtigen, dass die Jungs nur zu einer Show gehen konnten, die Bands teilnehmen ließen. Ihr Ziel ist es mit Soultrip etwas Einmaliges zur Musikwelt beizusteuern und ihr Hobby die Musik zum Beruf zu machen.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)



Abbildung 42: Soultrip, Band aus Stuttgart

### 5.1.2 Welche Voraussetzungen haben die Jungs mitgebracht?

Sowohl Blago und Martin haben früher im Kirchenchor gesungen. Alle 3 Jungs hatten regelmäßigen Gesangsunterricht und bringen daher gute Voraussetzungen mit. Zudem wird Tanzerfahrung mitgebracht. Aufgrund der vielen regionalen Live-Gigs, die Soultrip veranstaltet haben, sammelten sie hier sehr viel Bühnenerfahrung und entwickelten ihre Stimmen weiter. Bei jedem Auftritt begeistern Sie das Publikum. Die Resonanz ist ziemlich gut. Aufgrund des positiven Feedbacks der Zuhörer nahmen Sie die Chance wahr und bewarben sich auf die Castingshow X-Factor.<sup>58</sup>

### 5.1.3 Vorgehensweise im Projekt:

Die Castingshow X-Factor ermöglichte es Soultrip, unter den letzten 12 Acts in den fernsehübertragenden Endrunden der Show einmal live aufzutreten. Ihr persönlich gestecktes Ziel war es, in die Live-Sendungen zu kommen, um Aufmerksamkeit auf Soultrip zu erregen. Des Weiteren erhofften Sie sich einige Kontakte im Musikbereich aufbauen zu können, die eine Vermarktung der Band über ein Plattenlabel ermöglichen sollten. Wichtig war es den Jungs, den Bekanntheitsgrad der Band von dem Kreis Stuttgart bzw. Baden-Württemberg auf Deutschland zu erweitern. Der Hintergedanke: Mehr Auftrittsmöglichkeiten durch die Präsenz im Fernsehen durch VOX für Soultrip zu schaffen. Der CD-Verkauf stand außen vor.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)

### 5.1.4 Erwartungshaltung von X-Factor ggü. Soultrip und andersherum !

Natürlich geht es X-Factor bei der Auswahl der Kandidaten, um neue unbekannte Gesichter, die sich von der Masse abheben, sogenannte Exoten. Wichtig dabei ist es, dass die Musiker interessant sind. Sie müssen nicht unbedingt die besten Tänzer oder Sänger sein. Ausnahmetalente werden gesucht. Die besten 12 Acts wurden aus unterschiedlichen Typen zusammengestellt. Für die Jury sind Blickfänge das A und O.

### 5.1.5 Fernsehcasting alles nur Show?

Heutzutage gibt es fast auf allen Kanälen Castingshows. Schaut man bei X-Factor hinter die Kulissen, stellt man fest, dass sehr viele Dinge gefaked sind und die Manipulation der Fernsehzuschauer eine sehr große Rolle spielt. Im Fernsehen werden Zusammenschnitte der Shows gezeigt und dem Zuschauer Geschichten vermittelt, die nicht wahrheitsgetreu sind. Der Grund, höhere Einschaltquoten zu erzielen. So funktioniert heutzutage das Fernsehen.



Abbildung 43: X-Factor, Soultrip, Beurteilung der Jury

### 5.1.6 Castingshow – Warum gerade X-Factor?

Soultrip entschloss sich zu X-Factor zu gehen, da die 1. Staffel des Formats in Deutschland startete und vor allem Bands teilnehmen konnten. Die Alternative stellt *Das Supertalent* dar.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)



In dieser Sendung wollten sich die Jungs nicht präsentieren, da die Show sehr unseriös wirkt und die Kandidaten dort ins Lächerliche gezogen werden. Soultrip wollte nicht mit einem tanzenden Hund als Castingteilnehmer konkurrieren.

### 5.1.7 Wie schnell wurde der Erfolg erzielt?

Im Vorfeld war es für Soultrip nicht geplant an einer Castingshow teilzunehmen. Während den Live-Gigs von 2009 an, entwickelte sich das Projekt weiter bis schließlich in 2011 beschlossen wurde, in diese Richtung zu gehen. Den Erfolg von Soultrip in der Castingshow X-Factor erzielte die Band innerhalb von 3 Jahre. Das Projekt X-Factor wäre auch in ein paar Monaten, über den direkten Weg möglich gewesen, umzusetzen. In dem die Jungs z.B. ein halbes Jahr nur zu dritt geprobt und sich daraufhin bei der Castingshow beworben hätten. Soultrip war es anfangs wichtig Live-Gigs zu spielen. Der Rest entwickelte sich in der Zukunft.



Abbildung 44: X-Factor, 1. Liveshow, Ausstieg von Soultrip

### 5.1.8 Finanzieller Kostenaufwand während der Projektphase !

Die finanziellen Kosten stiegen auf das doppelte an, was den Sprit anbelangte. Des Weiteren benötigte die Band für ihre Live-Gigs und die Proben eine gute Anlage und weitere notwendige musikalische Komponenten, die Sie zu kaufen und zu bezahlen hatten. Wenn man den zeitlichen Aufwand außen vor lässt, war es eine sehr große Investition für die Jungs.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)

### 5.1.9 Schwierigkeiten und Probleme:

Die Schwierigkeiten, die bei diesem Projekt aufgetreten sind, sind soundtechnisch bedingt gewesen. Der dreistimmige Gesang von Soultrip stellt für den Abmischer eine große Herausforderung dar. Sowohl bei den Live-Shows für X-Factor als auch bei regionalen Gigs, gab es beim Anschalten der Mikrofone Tonprobleme. Jede Show wurde durch den schlechten Ton vermiest und ging nach hinten los. Weitere Probleme traten bei den Jungs untereinander auf. Ab und zu gab es Unstimmigkeiten zum Thema im Mittelpunkt stehen. Das hielt sich aber alles in Grenzen.

### 5.1.10 Wo stehen die Jungs heute? Immer noch im Musikbusiness unterwegs?

Alle 3 Bandmitglieder haben einen festen Job und lassen die Musik nebenher laufen. Martin arbeitet als Verkäufer in einem Vespa-Laden. Beruflich ist Nunzio bei einer Produktionsfirma als Maschineneinsteller unter Vertrag. Blago hat sich als Ingenieur im Qualitätsmanagement bei einem Getriebehersteller spezialisiert. Der wichtigste Punkt für Soultrip ist, dass die Musik dem Job nicht im Wege steht. Mindestens ein Mal pro Woche haben Sie einen Auftritt. Momentan spielen Sie mehr Live-Gigs denn je. Ausschlaggebend ist aber nicht die Teilnahme an X-Factor. Die Jungs sind tough genug gewesen und haben eigenständig dafür gesorgt, über Bars und Restaurants, Auftritte zu bekommen und sind sogar auf der Messe für Hochzeiten in Stuttgart mit einem Stand vertreten. Die Präsenz über X-Factor hat sich sogar schlecht auf die Band ausgewirkt.<sup>62</sup>



Abbildung 45: Soultrip, Auftritt

<sup>62</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)

### 5.1.11 Erfahrungen, die sie während dieser Zeit mitgenommen haben

Soultrip hat viel über die Präsenz auf der Bühne durch X-Factor dazu gelernt. In den Punkten Ausstrahlung, Einsatz von Mimik und Gestik, wie verhalte ich mich richtig vor der Kamera, was gebe ich in Interviews von mir Preis. Von der musikalischen Seite her gesehen, hat die Band nichts Neues mitnehmen können.

### 5.1.12 Was wird an die Künstler, die an Castingshows teilnehmen von Soultrip weitergegeben?

Junge Musiker sollten laut Blago Galic, Bandmitglied von Soultrip, auf folgendes achten:

***“Man sollte immer genau dass machen, was man am Besten kann. Nicht was jemand Anderes von einem erwartet bzw. will und was gut beim Publikum ankommen würde. Immer nur auf seiner Geraden bleiben. Dass machen was man am Liebsten macht und am Besten kann.”***<sup>63</sup>

### 5.1.13 Welches Ziel verfolgt Soultrip jetzt?

Nach den Aussagen von Soultrip ist ihr Ziel bereits erreicht. Die Band hat sehr viele Auftritte und verdient neben ihrem Hauptberuf gutes Geld. Die drei Jungs wollen einfach so weitermachen wie es momentan läuft.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Galic (2012), Interview: Soultrip, X-Factor

<sup>64</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)



## 5.2 Nazley Young per Demo-Bewerbung bei Plattenlabel EMI Music



Abbildung 46: EMI Music Germany GmbH & Co. KG

### 5.2.1 Beschreibung des Projekts:

Nazley Young bringt schon in jungen Jahren viel Talent im Gesang mit. Sie startet bereits mit ca. 16 Jahren Jazz-Gigs und trat mit Joe Cocker auf. Je mehr Erfahrungen Sie im Musikbereich in Zusammenarbeit mit Produzenten und Musikschaaffenden sammelt, stellt Sie fest, dass es den Männern nur um das Eine geht:

***“Die größte Enttäuschung war, dass sich immer wieder, sei es die Musiker oder die Produzenten, an mich rangemacht haben. Durch diese Erfahrungen, war ich so frustriert, dass ich sagte, ich mache nie wieder Musik und fing an die Musik zu hassen. Für 2 Jahre kehrte ich der Musik den Rücken zu.”<sup>65</sup>***

Zu dieser Zeit war sich Nazley nicht bewusst, was Sie eigentlich will. Daraufhin nahm Sie nicht mehr am Schulunterricht teil und suchte sich einen Job in Danny’s Bar and Grill. Jimmy Love trat dort mit seiner Band regelmäßig auf. Nazley’s Freundinnen organisierten zusammen mit Jimmy und seiner Band einen Auftritt, bei dem Nazley in Danny’s Bar and Grill vor Publikum singen sollte.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>66</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)



Abbildung 47: Nazley Young, Auftritt in Danny's Bar and Grill, Stuttgart

Hier fand Sie wieder zurück zu ihrer Leidenschaft der Musik bzw. dem Singen und wollte von da an wieder auf der Bühne stehen. Daraufhin nahm Jimmy mit ihr eine Demo-CD mit 3 Tracks auf. Ein Song davon war *Another Girl*. Die Demo-CD's sendeten Jimmy und Nazley an verschiedene Plattenfirmen. Bereits nach kürzester Zeit meldeten sich 3 Labels. Eine Woche später wollte sich EMI Music bereits mit Jimmy und Nazley treffen. Keine Frage, dass bei diesem Talent, EMI nicht länger warten wollte. EMI Music nahm Nazley unter Vertrag und veröffentlichte *Another Girl*. Die Produktion eines Albums war in Planung. Zu diesem Zeitpunkt wurde intern bei EMI Musik umstrukturiert. Aufgrund dessen besetzte man die Marketingabteilung neu. Von da an lief vermarktungstechnisch alles schief. Nazley tourte als Vorgruppe für Sarah Connor 3 Monate mit ihr durch Europa. Leider lief es darauf hinaus, dass der Release der Single erst nach der Tour stattgefunden hat. Das war ein Schuss in den Ofen, was die Vermarktungsstrategie anging. Viele Fans sprachen Nazley bei den Konzerten drauf an, wo man sich denn die Single kaufen kann. Leider musste Sie die Fans trösten, dass die CD *Another Girl* erst nach der Tour zu kaufen sei.

***“Die meisten Teenager haben keine Lust sich im nachhinein die CD's zu kaufen, sondern wollen Sie direkt bei den Konzerten mitnehmen. Danach verfällt meist das Interesse,”***<sup>67</sup> **laut Nazley Young.**

Durch die schiefgelaufene Arbeit des Marketingteams, was die Vermarktung des Acts anging und aufgrund der Tatsache, dass das Konzett von einem RnB / Hip Hop- in ein Rock / Pop-Projekt umgeschwitched werden sollte, beendete Nazley Young die Zusammenarbeit mit EMI. Sie wollte kein Rock / Pop-Projekt daraus machen lassen und zog ihren Entschluss daraus und entwickelte eigenständig ihre Projekte oder in Zusammenarbeit mit anderen Künstlern. Rückblickend ist Nazley froh, dass es so gelaufen ist.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI (2012)

<sup>68</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

## 5.2.2 Welche Voraussetzungen bringt Sie mit?

In jungen Jahren startete Nazley zusammen mit ihrem Vater auf der Bühne aufzutreten. Mit 11 Jahren gründete Sie ihre eigene 90er-Pop und Rock'n Roll-Band. 3 Jahre später startete Nazley ihren Gesangsunterricht und veranstaltete in Zusammenarbeit mit ihrem Gesangslehrer, der Dozent für Gesang und Sprecherziehung an der Schauspielschule in Stuttgart war, Jazz-Gig's. Ihr Vater organisierte ihr einen Auftritt als Vorgruppe bei einem Joe Cocker-Konzert. Ganz frech stolzierte Nazley's Vater in die Abteilung des Eventmanagers von Mercedes Benz und knallte ihm die Demo-CD seiner Tochter auf den Tisch. Mit humorvollen Sprüchen und seiner lustigen penetranten Art, stand Nazley's Vater vor dem Manager und blieb so lange vor dem Tisch stehen, bis er sich die Demo-CD anhörte. Daraufhin engagierte der Manager Sie als 30-minütigen Jazz-Act für das Joe-Cocker-Konzert.

Darauffolgend arbeitete Sie mit verschiedenen Produzenten zusammen, die keinen seriösen Eindruck auf Sie machten und ihr Verträge mit utopischen Kriterien wie z.B. 10 Jahre an das Label gebunden zu sein, andrehen wollten. Nazley's Mutter meldete Sie beim Popstar-Casting an. In der ersten Staffel waren die Voraussetzungen viel höher als heute. Ein Demo-CD musste eingereicht werden, musikalische Erfahrungen im Lebenslauf wiedergegeben werden usw. Nazley schaffte es bis unter die letzten 30 Teilnehmer zu kommen und reiste mit nach Mallorca. Sie flog unter den ersten 10 raus. Von der Jury wurde ihr nahe gelegt, dass Sie weder Singen noch Tanzen könnte. Sie wiederum meinte nur dazu:

***“Mir ist bewusst, dass ich nicht tanzen kann. Aber zu sagen, dass ich nicht singen kann ist definitiv nicht gerechtfertigt. Mag sein, dass ich bestimmt nicht die beste Sängerin bin, aber mir grade sagen zu wollen, dass ich gar nicht singen kann, das stimmt nicht. Sagt mir lieber, dass ich nicht euer Typ bin oder es einfach nicht passt. Denn das ist Blödsinn! Ich weis, dass es nicht so ist.”***<sup>69</sup>  
***sagt Nazley Young.***

Für Nazley war das eine interessante Erfahrung. Schon damals bemerkte man, dass hinter dem Castingformat alles gestellt wird und die Zuschauer schon damals manipuliert wurden.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI (2012)

<sup>70</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

***“Wer weiß wie hoch es mich gebracht hätte und genauso tief wäre ich dann auch wieder gefallen,” so Nazley Young.<sup>71</sup>***



Abbildung 48: Nazley Young

### **5.2.3 Wie ist der eigen produzierte Song in Zusammenarbeit mit Jimmy Love zustande gekommen?**

Die Idee zu *Another Girl* kam von Jimmy. Die meisten guten Einfälle kommen von ihm. Jimmy suchte einen Song, den sich jeder gut merken konnte. Hier kam ihm das Stück von Beethoven “Für Elise” in den Sinn. Egal ob jemand auf Rock, Pop oder Hip Hop steht. Jeder konnte sich den Song merken und blieb dran hängen. Bei diesem Song brachte Nazley den Rap-Text mit ein und Jimmy komponierte und textete den Song fertig.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI (2012)

<sup>72</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

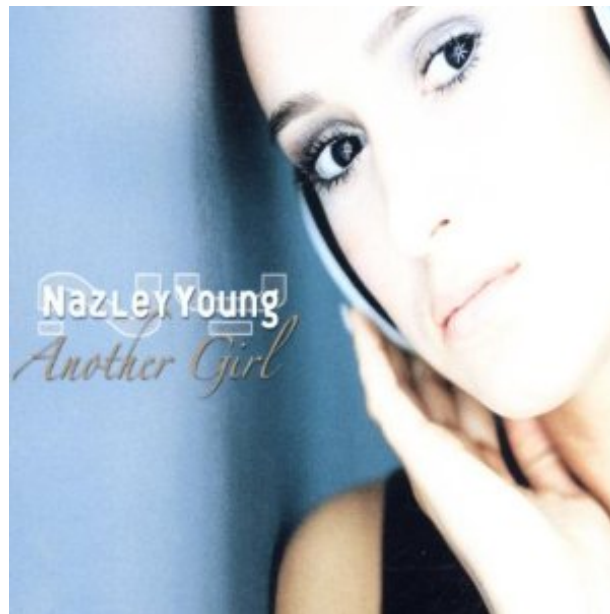


Abbildung 49: Nazley Young, 1. Single, Another Girl, EMI Music Germany

#### 5.2.4 Vorgehensweise im Projekt / Was für ein finanzieller Aufwand ist entstanden?

Nazley und Jimmy's Aufgabe war es die Demo-CD mit den 3 Tracks fertig zu produzieren und an die Plattenlabels zu schicken. Daraufhin kam bereits nach einer Woche ein Feedback von EMI. Finanziell gesehen sind nur die Kosten für die Nutzung des Studios und der Zeitaufwand angefallen. Die Coverbilder für die DEMO-CD's sind selbst erstellt worden.

#### 5.2.5 Plattenvertrag – Wie kam dieser zustande?

EMI Music meldeten sich eine Woche nach dem Versand der Demos und arrangierte ein Treffen mit Jimmy und Nazley. Vor dem Meeting stand bereits fest, dass EMI Music Nazley unter Vertrag nehmen wollte, so dass diese bereits den Vertrag für den Act fertig gestellt hatten. Von der Produktion der Demo-CD bis zu der Unterzeichnung des Plattenvertrags vergingen 3 Monate.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

### 5.2.6 Wie lief die Zusammenarbeit mit dem Plattenlabel EMI ab? Was verlangten Sie von der Künstlerin?

Es gab ein Team aus Produzenten, in dem Nazley und Jimmy arbeiteten. Dazu gehörten Joschi Kaufmann, Nazley Young und Jimmy Love. In Absprache unter den drei Songwritern/Producern bzw. Sänger wurden Songs komponiert und getextet. Das Negative an der Zusammenarbeit mit EMI war, dass Nazley's Management gegen Sie gearbeitet hat. Was Nazley's Image bzw. die Kleidung und ihr Äußeres anging, so versuchte die Plattenfirma in Zusammenarbeit mit dem Manager Nazley zu manipulieren und ihr Kleidung aufzuzwingen, die Sie nicht tragen wollte. Zusätzlich sollte sich Nazley und ihr Produzententeam eine Story zu ihrem Künstlernamen überlegen. Das Label wollte damit die Presse auf den Künstler aufmerksam machen.<sup>74</sup>



Abbildung 50: Nazley Young, erwünschtes äußeres Erscheinungsbild von EMI

---

<sup>74</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)



### **5.2.7 Konnten weiterhin eigene Songs produziert und veröffentlicht werden? Mussten von der Plattenfirma vorge-schriebene Songs von der Künstlerin gesungen werden? Bzgl. Image bzw. kein Mitspracherecht in der Songauswahl !**

Da das Marketingteam bei EMI Music damals umstrukturiert wurde, ist das ganze Projekt schief gelaufen. Aufgrunddessen wurde das Album, welches von dem Produzententeam fast fertig gestellt wurde, nie veröffentlicht. Daraus resultierend stiegen Nazley und Jimmy aus dem Projekt aus und produzierten ihre Musik selbst bzw. in Zusammenarbeit mit anderen Künstlern. Zudem wollte EMI Music aus dem RnB / Hip Hop- ein Rock / Pop-Projekt machen.



*Abbildung 51: Nazley Young and Jimmy Love*

### **5.2.8 Erfolg – Wie hat sich dieser ausgewirkt?**

Zum Erfolg ist zu sagen, dass Nazley zu der veranstalteten 3-monatigen Europa-Tour als Vorgruppe von Sarah Connor zusätzlich auf allen Festivals, die im Sommer, vor 8-20.000 Zuschauern stattgefunden haben, spielten. Daher liefen die Jahre 2000 und 2001 sehr gut für Nazley. Die Single stieg in der ersten Woche auf Platz 82 in die Charts, obwohl es so ein Chaos bzgl. der Vermarktung bei EMI war. Für Nazley ist das schon ein großer Erfolg gewesen.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

Das tolle an der Geschichte ist für Nazley und Jimmy, dass bis heute das Lied in den unterschiedlichsten Ländern erkannt wird. Sogar ein ehemaliger Geschäftspartner der beiden aus den USA, machte den Song mit seiner Frau zusammen zu ihrem Lied. Ein Freund von Jimmy sendete den Track an den größten Radiosender an der Ostküste in Amerika. *Another Girl* wurde dort als völlig fremder Song zum Listener's Choice-Track gekürt und 3 Wochen am Stück täglich rauf und runter gespielt.



Abbildung 52: Nazley Young, Festivalauftritt

Nazley und Jimmy haben mit ihrem Projekt keine Millionen verdient, aber sind mit ihrem Erfolg sehr zufrieden und auf eine andere Art, wie z.B. mit der Story des Geschäftspartners, bereichert worden.

***„Es beruht allein auf unserer Leistung. Das war für uns genug und damit waren wir glücklich. Darüber muss man sich freuen, denn es ist vielleicht mehr, als was andere jemals in ihrem Leben erreichen werden,“ so Nazley Young.<sup>76</sup>***

### 5.2.9 Entwicklung der musikalischen Karriere!

Nazley hat um Geld zu verdienen und vor allem weiterhin präsent auf der Bühne zu bleiben viele Live-Gigs gemacht. Zusätzlich nahm Sie bei unterschiedlichen Castingformaten wie DSDS und Popstars teil. In der Popstars-Staffel von Nu Pagadi wollte das Popstar-Team Nazley unter Vertrag haben. Da dieser aber schlecht ausfiel, kam das für Sie nicht in Frage.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>77</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)



Heutzutage stehen die Castingteilnehmer ein halbes Jahr präsent in der Presse und im TV. Danach interessiert es keinen mehr. Im Vordergrund steht, die Vermarktung der Show. Man kann den Unterschied im Vergleich von Popstars Staffel 1 zu der Neusten laut Nazley klar erkennen:

***“Früher haben Sie die Künstler bis auf den letzten Tropfen gemolken und haben alles aus den Acts rausvermarktet und heute steht die Show im Vordergrund und nicht mehr die Musiker. Heute ist der Star der Show Dieter Bohlen und nicht mehr der Künstler der zum Schluss gewinnt. Es bringt dich als Künstler nirgendwo hin.”<sup>78</sup>***

Für die Castingformate muss heutzutage ein Vertrag unterzeichnet werden, in dem man sich verpflichtet 2 Jahre nichts zu veröffentlichen und hat somit keine Chance seine eigenen Tracks zu vermarkten. Des weiteren hat Nazley und Jimmy in Zusammenarbeit mit einem Produzenten eine weitere Single veröffentlicht. Im Endeffekt war das für beide wieder ein Reinfluss, denn die Versprechungen, des Produzenten wurden nicht eingehalten und zum Schluss mischte man den Track schlecht ab. Auch solche Erfahrungen macht man.<sup>79</sup>

***“Inzwischen ist es mir lieber, wenn ich gar nichts musikalisch mache, bevor nur die totale Kacke veröffentlicht wird. Vor allem, wenn du im Nachhinein selbst sagen musst, um Gottes willen und das repräsentiert mich jetzt? Man kann es aber auch so sehen, dass man wenigstens eine CD veröffentlicht hat, die einen momentan repräsentiert. Daraus lernt man.”<sup>80</sup>*** so Nazley.

---

<sup>78</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>79</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

<sup>80</sup> Young (202), Interview: Nazley Young, EMI

### 5.2.10 Tour? Deutschlandweit, Europa?

Nazley hatte ihren ersten großen Auftritt als Vorgruppe bei dem Joe Cocker-Konzert. Nach dem Abschluss des Plattenvertrages bei EMI tourte Nazley als Vorgruppe 3 Monate lang zusammen mit Sarah Connor auf der halben Europa-Tour.



Abbildung 53: Nazley Young, Vorgruppe der Sarah Connor Europatour 2001

### 5.2.11 Welche Schwierigkeiten und Probleme traten auf?

Die schlimmsten Probleme sind die im eigenen Team. Vor allem, wenn man im Team nicht miteinander, sondern gegeneinander arbeitet. In dem Projekt von Nazley Young ist es an einigen Stellen aufgetreten. Die Zusammenarbeit in den Projekten ist sehr wichtig. Durch solche Dinge wirkt es sich negativ auf die Kreativität aus und führt schließlich dazu, dass es wie in dem Projekt zu einem Abbruch führt. Daher ist es sinnvoll im Fall von Nazley und Jimmy zu zweit zu arbeiten. Mit dem Hintergedanke, dass man sich aufeinander verlassen kann. Nazley studierte daraufhin Toningenieur als einziges Mädchen unter 33 Jungs. Des öfteren sprachen die Mitstudenten über die Vorurteile gegenüber Frauen in diesem Job. Das die Frau keine Ahnung von Technik hat und nicht wüsste an welchen Knöpfen sie zu drehen hat.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

***“Es ist wichtig, so viele Informationen zu sammeln und zu recherchieren wie nur möglich, für Kompromisse offen sein, aber sich nicht immer alles sagen lassen. Das ist tödlich,”<sup>82</sup> so Young.***



Abbildung 54: Nazley Young, Konzert

### **5.2.12 Finanzielles – Kann man hauptberuflich gut vom Musik machen Leben?**

Man kann die Musik zum Beruf machen und sehr gut davon leben. Das A und O in diesem Bereich ist es, sich selbst so gut wie möglich zu vermarkten, so dass der Geschäftspartner in dem Glauben ist, dass es außer diesem Künstler nichts Besseres gibt. Wichtig ist es, dass man von sich und seiner Leistung überzeugt ist und immer hart dran arbeitet. Am Markt gibt es genügend Künstler, die sich nicht selbst vermarkten können, geschweige denn mit Geld umgehen. Ein sehr wichtiger Faktor ist, dass wenn man hauptberuflich als Musiker Geld verdienen möchte, muss man die Musik, was die Zielgruppe sich wünscht, produzieren. Denn Tracks, die die Leute nicht kennen, wollen Sie gar nicht hören, sondern sind so extrem auf ihre Songs, die Sie im Radio hören, fixiert, dass Sie nur diese toll finden.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>83</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

Will man nur mit seiner eigenen Musik Geld verdienen, so muss man sich ein stabiles Image schaffen, viel arbeiten und sich überzeugend verkaufen können. Heutzutage zählt nur noch eine gute Strategie um den Künstler zu vermarkten.

***„Ich kann die größte Scheiße veröffentlichen und das vermarkten,“<sup>84</sup> so Nazley Young.***



Abbildung 55: Nazley Young, Auftritt

### **5.2.13 Wie steht Sie heute da? Ist Sie weiterhin im Musikbusiness tätig?**

Nazley Young fährt schon ihr Leben lang mehrgleisig. Wichtig ist es ihr momentan, so lange Sie Musik nicht hauptberuflich macht, ein festes Einkommen und einen Job, von dem man zu Hause aus arbeiten kann. Ihr großes Projekt ist es ihr Album rauszubringen.

---

<sup>84</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

Nazley hat Gefallen am Produzieren und Arrangieren gefunden und sich eine Basis in ihrem Übersetzerjob aufgebaut. Ihr Ziel ist es ihr Album bevor Sie 30 wird zu veröffentlichen und es auf I-Tunes zum Verkauf zu stellen. Für die eigene Präsenz ist es wichtig, immer ein Produkt am Musikmarkt zu haben. Während der Produktion an neuen Dingen, entwickelt man sich weiter.

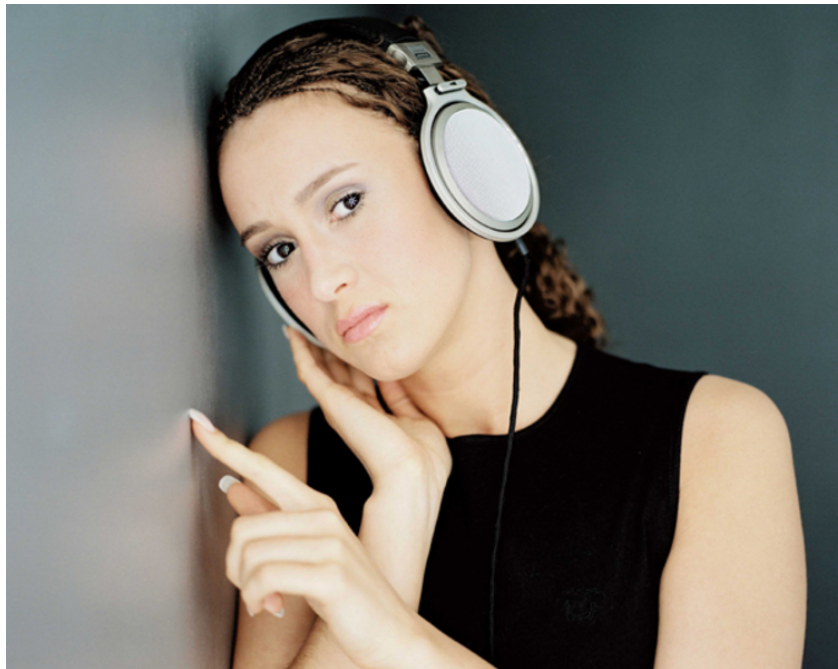


Abbildung 56: Nazley Young

#### **5.2.14 Erfahrungswerte, die Sie in dieser Zeit gesammelt hat. Positive als auch Negative Dinge!**

Nazley ist froh Jimmy getroffen zu haben und hat von ihm sehr viel musikalisch gelernt. Sowie wirtschaftlich gesehen hat Nazley genügend Erfahrungen gesammelt. Des weiteren lernte Sie sehr viel über das Singen selbst, die Vermarktungsgrundlagen, was ist wichtig zu wissen, um sich richtig zu verkaufen usw. Sie ist froh darüber, dass es mit der Plattenfirma nicht so funktioniert hat, denn Sie will diese Erfahrungen, die Sie in den unterschiedlichen Produktionen sammelte, nicht missen. Diese Erfahrungswerte widerspiegelt Nazley's neue Platte.<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

### **5.2.15 Was gibt Sie den noch unbekannten Musikern da draußen, auf Ihrem Weg die Charts stürmen zu wollen, mit?**

***“Das A und O ist immer: WISSEN IST MACHT UND GELD IST DER ZUGANG,” so Nazley Young.<sup>86</sup>***

Eins der beiden Sachen muss auf alle Fälle mitgebracht werden. Vielen Künstlern steht wenig Geld zur Verfügung und haben keine Kontakte in die Branche, daher muss mindestens der zweite Aspekt mitgebracht werden, das Wissen. Ein wichtiger Punkt ist eine Basis, auf der man verhandeln kann, sich aufzubauen. Des weiteren muss einem bewusst sein, dass die Arbeit das Wichtigste ist und man sich treu bleiben sollte.

***“Jedoch sobald man Geld mit der Musik verdienen möchte, muss man sich im klaren sein, dass man große Kompromisse einzugehen hat. Alles probieren und nichts unversucht zu lassen. Was ich von meinem Vater lernte, ist einfach frech zu sein mit solchen Dingen, wie die Geschichte mit Joe Cocker. So Dinge sagen wie, „Schaut mal das kann ich euch anbieten, wie können wir hier zusammenfinden,“<sup>87</sup> laut Nazley Young.***

Nazley Young ist ständig am Arbeiten und bespricht mit Jimmy Love die nächsten Projektideen, wenn Sie nicht arbeitet. Für beide gibt es keine Zeit für Pausen. Das Ziel der beiden ist sich immer weiterzuentwickeln und zu verbessern. Man sollte immer im Hinterkopf behalten, dass es immer jemand besseres gibt, um motiviert zu bleiben. Für Nazley und Jimmy ist es sehr wichtig, dass alles was man sich selbst erarbeitet hat, kann einem nicht mehr genommen werden und vor allem keiner kann es einem schlecht reden. Was sehr schade ist, dass sich Musiker, die selbst Konzerte veranstalten, sich absichtlich schlechtere Künstler als Sie selbst ins Boot holen, um ihrem Ego nicht zu schaden und sich nicht erniedrigt zu fühlen. Das wichtigste ist es ein tolles Konzert zu arrangieren und die besten Künstler, die es gibt für die Show zu organisieren, solange der Geldbeutel mitmacht. Es steckt hinter diesem Prinzip auch wieder ein Lerneffekt. Wichtig ist es voneinander zu lernen, um sich weiterzuentwickeln.<sup>88</sup>

***“Für diesen Weg braucht man ein starkes Selbstbewusstsein und man muss 100% hinter seiner Arbeit stehen und alles dafür geben,”<sup>89</sup> laut Nazley Young.***

---

<sup>86</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>87</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI

<sup>88</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

<sup>89</sup> Young (2012), Interview: Nazley Young, EMI



### 5.3 „Mission Malle – Das ABC der Liebe“, ein Projekt der Studenten der Akademie der Media und der Bayerischen Akademie für Fernsehen, München,



Abbildung 57: Warner Music Group Germany Holding GmbH (Logo), unter Vertrag: Artist: Jason Derulo

Mit ihrer erst Facebook bezogenen Werbekampagne, holten sich die Studenten der Akademie der media GmbH & der Bayerischen Akademie für Fernsehen, den Warner Music-Plattenvertrag, Verkauf der Single „Das ABC der Liebe“ erfolgte über I-Tunes und Amazon.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)

### 5.3.1 Beschreibung des Projekts:

Das Ziel des Projektes war es, den Mallorca-Hit 2010 zu produzieren und die Charts zu stürmen. Mit dem Hintergrund den Song *Das ABC der Liebe* am Ballermann auf der Bühne zu präsentieren und die Partycrowd zum Schwitzen zu bringen. Entwickelt hat sich die Idee auf der Baf, der Bayerischen Akademie für Fernsehen in München. Clemens studierte Filmproduktion und wollte noch ein paar tolle Projekte, während dieser Zeit umsetzen. Zwei Dinge, die er unbedingt noch durchziehen wollte, war es eine Doku-Soap und ein Musikvideo zu drehen. Das waren die optimalen Bedingungen, um Mission Malle perfekt umzusetzen und zu einem ernsthaften Projekt zu machen. Als optimale Vermarktungsplattform diente Facebook. Über dieses Portal wurde regelmäßig Werbung gemacht und die neusten Serien ausgestrahlt.



Abbildung 58: *Das ABC der Liebe*, Bandmitglieder

### 5.3.2 Voraussetzungen, die für dieses Projekt mitgebracht wurden?

Für dieses Projekt wurden keine Voraussetzungen mitgebracht. Diese mussten erst noch geschaffen werden. Es gab keine Kontakte in die Musikbranche. Alle 3 Bandmitglieder hatten Null Talent zum Singen. Die einzigen Grundlagen, die die Band hatte, waren der Wille und die Motivation. Zunächst musste ein Team zusammengestellt werden.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)



Dominik Guyer managte von da an das Team. Der Kontakt zu den Studenten der Akademie der media GmbH in Stuttgart ermöglichte es, Constantin Schley als Produzent für das Projekt zu gewinnen. Zudem kommt hinzu, dass der Track zu diesem Zeitpunkt noch nicht feststand.

### 5.3.3 Vorgehensweise im Projekt:

Das Konzept wurde überlegt. Das Team, das dafür notwendig war, mit ins Boot geholt. Das Projekt umgesetzt (s. Punkt. 5.3.1).

### 5.3.4 Die Idee des Malle-Hits – Wie ist dieser zustande gekommen?

In Zusammenarbeit mit Bille hatte Clemens die Idee für den Song. Ein Mitstudent hörte durch Zufall auf der Straße etwas von einem ABC der Liebe und sang das Lied. Das war die Grundlage für Clemens, Bille und Andi, der als 3. Mitglieder in das ABC der Liebe miteingeschleust wurde. Clemens und Andi schrieben den Song dann voll fertig.<sup>92</sup>



Abbildung 59: Clemens und Andi, Songwriting

---

<sup>92</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)

### 5.3.5 Online-Serie auf Malle gedreht - Social Media als Werbekampagne genutzt !

Das Online-Portal Facebook konnte für dieses Projekt optimal als Werbekampagne verwendet werden. Regelmäßig wurden die neuen Serien auf Facebook gestellt, um so die Geschichte der 3 Jungs mitverfolgen zu können und die Zuschauer auf dem Laufenden zu halten. Die Nachfrage war groß. Es entwickelten sich bis zu 1.200 Freunde, die das Projekt über Facebook mitverfolgten. Wichtig war es, die User nicht mit Werbung auf Facebook zu überhäufen, da dadurch auch nicht mehr CD's verkauft werden. Das Marketing über Facebook war nur eine Variante, um Aufmerksamkeit zu erregen. Über youtube ist bei diesem Projekt auch einiges gelaufen. Die Idee der Doku-Soap kam von Clemens, der durch die Sendungen, die auf der Internetseite der Baf ausgestrahlt werden, inspiriert wurde.<sup>93</sup>



Abbildung 60: Vermarktung über Social Media, Facebook

<sup>93</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)

### 5.3.6 Null Talent - trotzdem erfolgreich durchgestartet?

Für Clemens steckt in beiden Satzteilen nicht ganz die Wahrheit. Was das Singen angeht ist das nicht die Stärke des ABC's der Liebe. Schlager singen können Sie. Es gibt genügend Beispiele im Fernsehen, die Sänger mit Nummer 1-Hits zeigen, die nicht singen können wie z.B. ein Jürgen vom Big Brother-Haus. Das ermutigte die drei Jungs den Mallorca-Hit 2010 zu schreiben. Die Stärken des ABC's der Liebe liegt in der Performance und dem Auftreten vor der Kamera. So schaffen Sie sich ihren Wiedererkennungswert. Die zweite Halbwahrheit, dass das ABC der Liebe erfolgreich war, ist im Rahmen der Möglichkeiten ein Erfolg gewesen. Es hätte aber zu einem kommerziellen Erfolg führen können, der aber nicht eingetreten ist.<sup>94</sup>



Abbildung 61: Aufnahme des Songs: Das ABC der Liebe, im Tonstudio in Stuttgart

---

<sup>94</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)

### 5.3.7 Aufmerksamkeit bei Spiegel-Online erregt !

Das war ein sehr wichtiger Moment für das ABC. Ein Medienecho wurde ausgelöst. Verschiedene Firmen wie RTL und Pro7 wollten mit der Band nach Malle fahren und eine Reportage drehen. Zusätzlich meldete sich am gleichen Tag Warner Music.

Unter den Bandmitgliedern löste das einen kleinen Hype aus. Daraufhin hätte der nächste Schritt erfolgen müssen, zu dem es aber in diesem Projekt nicht gekommen ist.



Abbildung 62: Spiegel Online - Artikel: Mission Mallorca

### 5.3.8 Wie kam der Warner-Music-Plattenvertrag zustande?

Die Band hatte sich zu diesem Zeitpunkt bereits für Warner Music entschieden. Daraufhin folgten weitere Interessenten. Aufgrund des Spiegel-Artikels ist Warner Music aufmerksam geworden. Der Verlag AMV handelte dann mit Warner Music den Vertrag aus. Der Spiegel-Artikel war das I-Tüpfelchen, das Alles ins Rollen brachte.<sup>95</sup>

<sup>95</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)

### 5.3.9 Was hat „Mission Malle“ für einen Erfolg erzielt?

Mission Malle hat einen großen Erfolg erzielt. Vielen außenstehenden Personen hat das Projekt gefallen und das Team stand voll dahinter. Zudem spricht es doch nur für den Erfolg der Band, wenn das ABC der Liebe mit Null Talent, was den Gesang angeht, einen eigenen Song geschrieben hat und innerhalb eines halben Jahres einen Plattendeal von Warner Music bekommt. Des weiteren hat das ABC ja seinen Auftritt auf Malle gehabt und sein Ziel somit erreicht. In den Medien wurde auch ein Echo ausgelöst.

### 5.3.10 Schwierigkeiten und Problematiken in diesem Projekt

Bei Mission Malle gab es sehr viele Schwierigkeiten. Die meisten Probleme waren innerhalb der Band. Des Weiteren war es sehr schwer mit dem Musikmanager, der über Warner Music kam, zusammenzuarbeiten. In der Band selbst gab es Personen, die es nicht zu schätzen wussten, was das Team im Hintergrund für eine Arbeit leistet und nahmen es für selbstverständlich. Was Dinge wie Disziplin, Pünktlichkeit und Motivation anbelang, gab es auch extreme Schwierigkeiten, diese aufzubringen und einzuhalten. Genauso Probleme bereitete die Verteilung des Geldes innerhalb der Band.<sup>96</sup>



Abbildung 63: Musikvideodreh: Das ABC der Liebe, München

---

<sup>96</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Malle, Warner Music Group Germany (2012)



### 5.3.11 Erfahrungswerte, die die Jungs mitgenommen haben

Was die Erfahrungswerte angeht, haben die Jungs gelernt mit Rückschlägen besser zurecht zukommen und nach Niederlagen wieder aufzustehen. Es hat für die Jungs für jeden vor allem etwas Persönliches gebracht. Was das Selbstvertrauen angeht sind Sie gereift. Außerdem ist ihnen bewusst geworden, dass Ideen nicht nur zum träumen da sind, sondern wenn Sie Potenzial haben, den Mut zu haben und diese umzusetzen. Das ABC zieht des weiteren eine große Motivation heraus. Vor allem gelernt zu haben, wie man ein Team leitet. Geld ziehen die Jungs nicht daraus.<sup>97</sup>



Abbildung 64: Das ABC der Liebe - Single

---

<sup>97</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Mall – Das ABC der Liebe (2012)

## **6 Vergleich dieser 3 Möglichkeiten, um im Musikbusiness durchzustarten**

### **6.1 Vergleich: Voraussetzungen der 3 Acts !**

#### **6.1.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Alle 3 Bandmitglieder bringen durch ihren Gesangsunterricht und das Singen im Kirchenchor gute Voraussetzungen in diesem Bereich mit. Zusätzlich haben Sie Tanzerfahrung. Aufgrund ihrer regionalen Gigs, sammelten Sie viel Bühnenerfahrung und entwickelten ihre Stimmen weiter.



*Abbildung 65: Soultrip, Kandidaten der Castingshow X-Factor*

#### **6.1.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Im Alter von 5 Jahre startete Nazley mit ihrem Vater aufzutreten. Mit 11 Jahren gründete Sie ihre eigene 90er-Pop und Rock'n Roll-Band. 3 Jahre später begann Nazley ihren Gesangsunterricht und veranstaltete in Zusammenarbeit mit ihrem Gesangslehrer Jazz-Gig's. Ihr Vater organisierte ihr einen Auftritt als Vorgruppe bei dem Joe Cocker-Konzert. Darauffolgend arbeitete Sie mit verschiedenen Produzenten zusammen, die keinen seriösen Eindruck auf Sie machten und ihr Verträge mit utopischen Kriterien wie z.B. 10 Jahre an das

Label gebunden zu sein, andrehen wollten. Nazley's Mutter meldete Sie beim Popstar-Casting an. Sie schaffte es bis unter die letzten 30 Teilnehmer zu kommen und reiste mit nach Mallorca. Sie flog unter den ersten 10 raus. Daraufhin arbeitete Sie mit Jimmy Love zusammen an dem Demotape und wurde von EMI unter Vertrag genommen.

### 6.1.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:

Für das Mission-Malle-Projekt wurden keine Voraussetzungen mitgebracht. Diese mussten erst noch geschaffen werden. Alle 3 Bandmitglieder hatten Null Talent zum Singen. Die einzigen Grundlagen, die die Band hatte, waren der Wille und die Motivation.

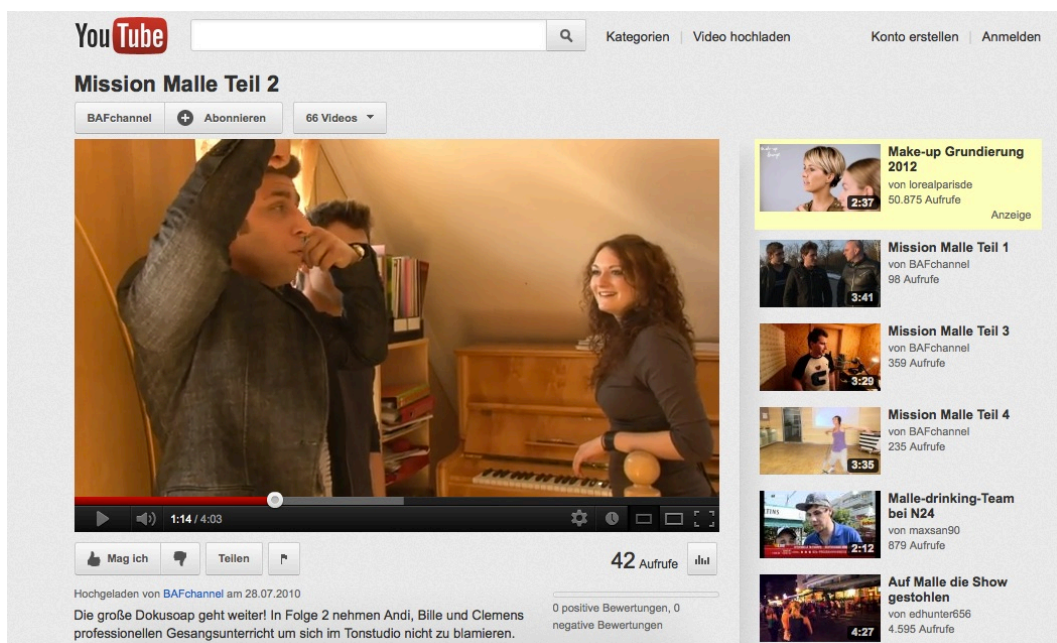


Abbildung 66: Das ABC der Liebe, Gesangsunterricht vor der Tonstudioaufnahme und dem Auftritt auf Malle

## 6.2 Vergleich: Wie schnell wurden diese Bands / Künstler bekannt? Welches Hilfsmittel wurden dafür hinzugezogen?

### 6.2.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:

Soultrip sind regional nach dem ersten Auftritt im Breuningerland Ludwigsburg schon bekannt geworden. Während der 1. Live-Sendung von X-Factor haben Sie deutschlandweit sich einen



Namen gemacht. 2,5 Millionen Zuschauer konnten den Weg von Soultrip mitverfolgen. Soultrip versucht durch regionale Auftritte und durch die Teilnahme an einer Castingshow die Band bekannt zu machen. Zusätzlich legte die Band vor regionalen Auftritten Flyer auf den Tischen aus.

### **6.2.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Nazley Young und Jimmy Love produzierten eine Demo-CD mit 3 Tracks und sendeten diese an verschiedene Plattenlabels. Von der Produktion der Demo-CD bishin zur Vertragunterzeichnung bei EMI-Music dauerte es 3 Monate.



*Abbildung 67: Nazley Young*

### **6.2.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Anfangs ging es sehr schnell. Mission Malle erzielte auf der Fanbase in Facebook 1200 interessierte Leute. Mit viel Vorarbeit ist die erste Folge der Doku-Soap *Mission Malle* Ende April bzw. Anfang Mai online gegangen. Ende Mai folgte der Spiegel-Artikel. Bereits am Anfang klickten viele auf das Musikvideo. Durch den Spiegel-Artikel wurde ein Hype ausgelöst und die Kurve ging nochmals steil nach oben. Schlussendlich waren wir bei 20.000 Klicks auf youtube

bis es von Warner Music gesperrt wurde. Vom Start des Projekts im Februar bishin zur Unterzeichnung des Plattenvertrags bei Warner Music, dauerte es 5-6 Monate.

### **6.3 Vergleich: Welche Deals sind die Künstler, vor Abschluss des Plattenvertrages eingegangen (Exklusivvertrag, Vertriebsvertrag oder ähnliche auf die Situation abhängige Mischverträge) ? Welche Rechte haben Sie sich vertraglich absichern lassen?**

#### **6.3.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Kein Plattenvertrag ist zustande gekommen.

#### **6.3.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Nazley Young hat sich zu wenig Rechte im Plattenvertrag von EMI absichern lassen. Es ist vor allem, wichtig dass man nicht alles mit sich machen lässt. Rechtlich gibt es Vorgaben, die nicht umgangen werden können. Möglich ist es Kompromisse einzugehen wie z.B. Ihr wollt, dass ich mich besonders jugendlich anziehe ?! Dafür möchte ich den und den Stil tragen. Wie können wir hier zusammenfinden? Wichtig ist natürlich, dass man dafür auch etwas arbeiten muss. Es wird immer die Möglichkeit geben, auch wenn ein Vertrag unterzeichnet wurde, Kompromisse zu treffen, man muss nur selbstsicher und professionell vorgehen. Das wichtigste ist jeden Vertrag von einem Anwalt prüfen zu lassen.

#### **6.3.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Bei dem ABC der Liebe wurde mit dem Musikverlag AMV ein Deal vereinbart. Zusätzlich einigten wir uns mit einem Anwalt darauf, dass bei erzielten Gewinnen durch den Tonträgerverkauf oder bei Gewinne, die durch das Projekt erzielt werden, er zu einem prozentualen Satz beteiligt wäre. Auf alle Fälle würde er nicht 100.000,--€ erhalten, wenn wir einen Umsatz von einer Millionen € hätten.

## **6.4 Vergleich: Wie lange hat diese Berühmtheit ange-dauert? Tour ? Folgeauftritte? Länderübergreifend erfolgreich?**

### **6.4.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Soultrip hatten nach X-Factor viele Folgeauftritte in Bars oder Restaurants. Das war aber nicht die Auswirkung durch X-Factor. Sie organisierten selbständig auf Anfrage in Bars und Restaurants im Großraum Stuttgart Auftritte und sind bei der Hochzeitsmesse mit einem Stand vertreten. Keine Tour oder Auftritte in anderen Ländern.

### **6.4.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Als Vorgruppe bin ich auf der halben Europa-Tour von Sarah Connor knapp 3 Monate dabei gewesen. 2000 und 2001 spielte Nazley auf allen Sommerfestivals, vor 8-20.000 Zuschauern, die veranstaltet wurden. Nazley Young's "Another Girl" wurde bei dem größten Radiosender an der Ostküste von Amerika als unbekannter Track zum Listener's Choice-Track gewählt und täglich hoch und runter gespielt. Der Punkt ist, dass Menschen aus aller Welt, das Lied kennen. Bis heute hat Sie viele Live-Gigs gespielt, sich in Castingshows versucht und produziert gerade ihr Album und ist im Musikbusiness noch vertreten.



Abbildung 68: Nazley Young, Festivalauftritt

### **6.4.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Bei dem Mission-Malle-Projekt wurde nichts von der Berühmtheit bemerkt. Die Bandmitglieder sind drauf angesprochen worden. Als die Band in Hamburg den Song aufgenommen hatte, wurden Sie von einem Typ angesprochen, der angekotzt war, weil er seit 20 Jahren versuchte einen Plattenvertrag zu bekommen und Mission-Malle es in so kurzer Zeit schaffte. Mission Malle wurde in Spanien gedreht, daher waren Sie länderübergreifend erfolgreich. Ein Auftritt hatte die Band vorweg. Dieser fand bei der Jubiläumsfeier der Firma von Clemens Onkel statt.

## **6.5 Vergleich: Inwieweit sind die Künstler als Marke aufgebaut worden?**

### **6.5.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Hier sind die Künstler teilweise als Marke aufgebaut worden. Abwechselnd wurde die Top 12 in der Werbepause in den VOX-Werbeclips jeweils mit der roten X-Factor-Kugel eingeblendet.



*Abbildung 69: Soultrip*

### **6.5.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Nazley Young ist nachdem das Plattenlabel die Werbekampagne, bzgl. der Release der ersten Single, die nach der 3-monatige Europatour als Vorgruppe von Sarah Connor geplant war, nicht weiter als Marke aufgebaut worden. Das Album war fast fertig, wurde aber nicht veröffentlicht. Aufgrund der schlechten Vermarktungsstrategie haben Nazley und Jimmy EMI Music verlassen und produzieren weiterhin Musik allein oder in Zusammenarbeit mit anderen Musikschaaffenden.

### **6.5.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Nachdem der Deal mit Pro7 geplatzt ist, wollte Warner Music kein Geld mehr in die Promotion von dem Mission-Malle-Projekt stecken. Auf VIVA und MTV war die Band vertreten. So lag es an dem Team selbst für Werbung über Social Media wie Facebook oder youtube, myvideo zu sorgen. Daraufhin hängte die Band Plakate auf und verteilte Flyer. Daher konnte die Band nicht weiter als Marke aufgebaut werden.

## **6.6 Vergleich: Live-Bereich vs. Sales-Sector – In welchem Bereich wurde bei den Künstlern mehr Umsatz erzielt? Mehr Fans, die auf die Konzerte gegangen sind oder mehr Tonträgerverkäufe bzw. digitale Downloads?**

### **6.6.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Hier ist kein Vergleich möglich, da Soultrip keine Platten produziert und rausgebracht hatte.

### **6.6.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

In diesem Beispiel sind die Live-Auftritte besser gelaufen, da die Single schlecht von EMI vermarktet wurde. Schätzungsweise liegt man im Jahr bei 50.000,-€ Einnahmen durch Live-Gigs. Im Vergleich zu den Tonträgerverkäufen bei Platz 82 fällt der Verkauf eher schlecht aus. Als Mitsongwriterin, Produzentin und Sängerin hat Nazley noch ein gutes Geschäft gemacht. Einige Künstler werden nur anteilig an den Produktionskosten beteiligt. Daher werden so viele

Live-Gigs von Künstlern veranstalten, da dies Einnahmen Millionen einbringen wie z.B. Michael Jackson, der regelmäßig Konzerte in Budapest veranstaltete.

### **6.6.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Das ABC der Liebe hatte seinen einzigen Auftritt auf Mallorca in einem der angesagtesten Clubs. Ohne Einnahmen von Eintrittsgeldern. Daher überwiegt hier der Sales-Bereich. Die Single wurde im September 2010 physisch als auch digital am Markt über Saturn oder I-Tunes angeboten. Nach einem Monat waren es 300 Stück die verkauft wurden. Heute sind es schätzungsweise 600 Stück.



*Abbildung 70: Der legendäre Auftritt auf Malle, der nicht vollendet werden konnte.*

## **6.7 Vergleich: Was ist heute aus den Musikern geworden? Sind Sie immer noch im Musikbusiness aktiv?**

### **6.7.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Bei Soultrip wird die Musik nebenher gemacht. Alle drei Sänger haben einen festen Job. Martin arbeitet als Verkäufer in einem Vespa-Laden, Nunzio ist bei einer Produktionsfirma als Maschineneinsteller unter Vertrag und Blago hat sich als Ingenieur im Qualitätsmanagement bei einem Getriebehersteller spezialisiert. Das Wichtigste ist, dass die Musik trotz Hauptjob noch ausgeübt werden kann und nicht im Wege steht. Momentan spielen Sie viele Live-Gigs und treten mindestens einmal pro Woche auf.



### **6.7.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Nazley Young ist schon ihr Leben lang mehrgleisig aktiv. So lange Sie momentan nicht hauptberuflich Musik macht, ist ihr ein festes Einkommen und ein Homejob sehr wichtig. Momentan arbeitet Sie an ihrem Album, das Sie veröffentlichen möchte. Nazley hat Gefallen am Produzieren und Arrangieren gefunden und sich eine Basis in ihrem Übersetzerjob aufgebaut. Ihr Ziel ist es ihr Album bevor Sie 30 wird zu rauszubringen und es auf I-Tunes zum Verkauf zu stellen. Für die eigene Präsenz ist es wichtig immer ein Produkt am Musikmarkt von sich zu haben. Während der Produktion an neuen musikalischen Werken, entwickelt man sich weiter.



*Abbildung 71: Nazley Young, Auftritt*

### **6.7.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Die Bandmitglieder von dem ABC der Liebe sind alle unter der Brücke. Hahahaha. A wie Andi beendete seine Selbständigkeit mit der eigenen Filmproduktionsfirma und ist jetzt als Cutter bei einer Medienfirma angestellt. B wie Bille hat zuletzt ein Volontariat gemacht und arbeitet ebenfalls als Cutter. C wie Clemens ist selbständig als Filmproduzent, dreht Hochzeits- bzw. Musikvideos oder ähnliches.

## **6.8 Welche Kontakte waren erforderlich?**

### **6.8.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Soultrip hatte gar keine Kontakte und organisierten alles selbst. Während der X-Factor-Show lernte die Band einige Leute kennen, aber es gab keine Chance Kontakte aufzubauen. Es hat sich meistens auch nicht mehr ergeben, da das Interesse an den Gruppen bzw. Einzelkünstlern größer war die in die nächsten Runden gekommen sind. Für eine Plattenfirma ist eine Top12-Platzierung bei einer Castingshow nicht ausreichend, um Sie zu vermarkten.

### **6.8.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Die Sängerin Nazley Young hat durch ihren Plattendeal mit EMI Music, die besten Kontakte gehabt, die man in der Branche haben kann. Ein Major-Label das eine junge attraktive Künstlerin fördert und zum Erfolg bringt.



*Abbildung 72: EMI Music Germany GmbH & Co. KG*

### **6.8.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Eine musikalische Voraussetzung an Kontakten ist besonders hilfreich. Bei null anzufangen ist nicht leicht, aber auch nicht unmöglich. Durch das Aufbauen und durch Umsetzen seiner Ideen in die Tat entstehen die Kontakte. Mission Malle ist das beste Beispiel. Eine ungewöhnliche Idee anzupacken, sorgt für Aufmerksamkeit und führt zu guten Kontakten, die wiederum in der Zukunft wieder hilfreich sein können.





Abbildung 73: Warner Music Group Germany Holding GmbH

## **6.9 Endresultat: Welches ist der effektivste Weg, d.h. zeitlicher Aspekt wie schnell, (möglichst Selbstständig alles organisiert und ohne Hilfe von Kontakte umgesetzt), Dauer: wie lange erfolgreich, was wurde erreicht, (wie viel Geld wurde eingenommen (wenn bekannt)), welche hilfreichen Kontakte ergaben sich daraus?**

### **6.9.1 Soultrip, X-Factor Castingteilnehmer:**

Auf die Dauer sind Acts aus Castingshows keine erfolgreich vermarkteten Musiker. Als Beispiel können hier Nu Pagadi, die Gewinner der letzten DSDS-Staffeln angegeben werden. Sie haben zwar ein Präsenz über die TV-Shows, aber sind vielleicht ein halbes Jahr, wenn es hochkommt am Markt vertreten. Denn dann wartet schon der nächste Gewinner aus der nächsten Staffel in den Startlöchern. Zu dem ist in unserem Beispiel die Band als 12. Live-Show-Act rausgeflogen und für die Zuschauer erst Recht nicht mehr interessant (Interview Carl: für soultrip interessiert sich keiner mehr). Innerhalb von 3 Jahren haben Sie den Sprung in die Castingformate geschafft, wäre auch schneller möglich gewesen. Das war aber nicht das Ziel der Band. Sie organisierten alles selbst wurden aber vom Format VOX mit dem Auftritt in der Castingshow unterstützt. Deutschlandweit sind Sie nur kurzzeitig berühmt gewesen, regional sind Sie immer noch bekannt. Soultrip spielen jetzt ihre regionalen Gigs. Sie haben soweit ihr Ziel erreicht. Diese Form führt nicht zu einem längerfristigen effektiven Musikerfolg am Charthimmel.

### **6.9.2 Nazley Young, Demoversandt an Plattenlabel, EMI-Plattenvertrag:**

Die Produktion der Demo-CD mit 3 Tracks stellte Nazley in Zusammenarbeit mit Jimmy Love fertig. Nachdem Versandt der Demos an die Plattenlabels kam innerhalb von 1 Woche ein Feedback von EMI Music, die Nazley sofort unter Vertrag nehmen wollten. Von der Produktion der Demo-CD bishin zur Unterzeichnung des Plattenvertrags vergingen genau 3 Monate. Auch Jimmy und Nazley produzierten die Tracks für die Demo-CD und die Coverbilder selbst ohne irgendwelche Kontakte. Nazley war ziemlich erfolgreich. Sie tourte 3 Monate mit Sarah Connor durch Europa und sang auf allen Sommerfestivals 2000 und 2001 vor 8-20.000 Zuschauern. Der Release der Single wurde nur auf das Ende der Tour gelegt, weil die Marketingabteilung bei EMI umstrukturiert wurde und es ein großes Chaos gab. Die Single stieg aufgrund der schlechten Vermarktung von EMI auf Platz 82 ein und verkaufte sich. Über Live-Konzerte wurde aber deutlich mehr Gewinn erzielt als über den Tonträgerverkauf. Aufgrund der schlechten Vermarktung und Schwierigkeiten wie, dass das RnB / Hip Hop-Projekt in ein Rock / Pop-Projekt umgewandelt werden sollte, verließen Jimmy und Nazley EMI Music und machten weiterhin zu zweit oder in Zusammenarbeit mit anderen Produzenten Musik. Bis heute machen Nazley und Jimmy Musik zusammen. Nazley arbeitet grad an ihrem Album und veröffentlicht dies spätestens Ende des Jahres. Sie ist noch im Musikbusiness aktiv und ist noch auf Live-Gigs zu sehen. Nazley Young ist definitiv ein Beispiel dafür, dass man als Musikerin auf diesem Weg eine effektive auf lange Sicht gute Musikkarriere hinlegen kann und weiterhin erfolgreich in den Charts vertreten bleibt. Viel Ehrgeiz und vor allem viel Arbeit stecken hinter dieser toughen Künstlerin.

### **6.9.3 Mission Malle – Das ABC der Liebe, eigenständiges Projekt, um den Malle-Hit 2010 zu landen:**

Innerhalb eines halben Jahres unterzeichneten Das ABC der Liebe den Warner Music Plattenvertrag und erregten mit ihrem Spiegel-Artikel Mission Malle – Wir wollen den Malle-Hit 2010 landen, Aufmerksamkeit in den Medien. Ohne Kontakte in die Musikbranche erreichten Sie, für manche eine unmögliche Vorstellung, das von was viele Künstler träumen, einen Plattenvertrag. Mit viel Vorarbeit, die dahinter steckt und viel Arbeit und Zeitinvestition. Aufgrund des Spiegel-Artikels Ende Mai 2010 meldeten sich RTL Pro7 und viele Plattenfirmen u.a. Warner Music. Es war klar, dass der Vertrag bei Warner Music unterschrieben wurde und die Veröffentlichung der ersten Single Stand für September 2010 fest. Nach dem geplatzten Deal mit Pro7 wollte Warner Music kein Geld mehr in Werbekampagnen für das Projekt stecken und so verlief das Projekt im Sand. Das Team dahinter kam mit einem null auf null ausgehenden Geschäft aus der Sache raus bzw. ein paar sogar mit einem Minus. Das Potenzial als die Platte aufgenommen wurde, war schon da. Dadurch, dass es nicht promotet wurde, ist es hauptsächlich bei dem Vorschuss von 1.000,--€ geblieben. Es wurde aufgeteilt auf die Band, den Manager und die Komponisten. Die Bandmitglieder haben einen Anteil von ca. 350,--€ erhalten. Später erfolgte noch eine GEMA-Abrechnung. Insgesamt gesehen, wenn man noch den Flug nach Mallorca berechnet, sind ein paar aus dem Team mit einem Minus

rausgekommen. Alle 3 Bandmitglieder sind nicht mehr im Musikbereich aktiv. Wäre es damals nicht so schief gelaufen mit dem Pro7- Deal, hätte sich das Projekt in eine andere Richtung entwickelt. Dann wäre das ABC der Liebe auf lange Sicht ein guter Act geworden, denn die Voraussetzungen sprechen nur für das Projekt.<sup>9899100</sup>

Laut dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH ist der effektivste Weg, um im Musikbusiness einen Charterfolg zu landen, folgender:

***“Einen Hit. Man braucht einen Hit. Zusätzlich braucht man ein gutes Gesicht und eine gewisse Story. Wenn der Song Radioqualität aufweist, man dazu eine Person findet die gut aussieht und dann noch eine gute Geschichte über die Person hat, die es Wert ist darüber zu erzählen, dann hat man es geschafft. Dann bekommt man auch einen Deal!”***

---

<sup>98</sup> Vgl. Interview mit Blago Galic, Soultrip (2012)

<sup>99</sup> Vgl. Interview mit Nazley Young, EMI (2012)

<sup>100</sup> Vgl. Interview mit Clemens Bittner, Mission Mall – Das ABC der Liebe (2012)

## 7 Welche positiven und negativen Seiten hat das Musikbusiness?

### 7.1 Positive Aspekte

Nobelvillen an den schönsten Stränden der Welt, viel Geld für Klamotten, Friseur, Reisen und Party ausgeben. Nur die heißesten Männer an der Seite der schönen, glamourösen, schlanken Frauen. So sieht das Bild der *Stars & Celebrities* aus, das jeder Otto-Normalbürger hat. Jeder der in solche Kreise gerät hat das schönste Leben, das man sich vorstellen kann. Aber ist das wirklich der Fall? Klar sind Reichtum, schöne Häuser und heiße attraktive Männer und Frauen eine Verlockung! Man muss dazu nur beide Seiten dieser Branche anschauen, sowohl positive als auch negative Aspekte betrachten, um sagen zu können, dass diese Denkweise auf der einen Seite zutrifft, aber es noch eine ganz andere Sicht gibt. Es wird immer davon gesprochen, wenn man seinen Nr.1-Hit gelandet hat, dann hat man es geschafft. Doch die wirkliche Kunst liegt nicht nur darin EINEN guten Track zu produzieren und so zu vermarkten, dass er im Musikbusiness hoch angesehen wird, sondern auf einen längeren Zeitraum MEHRERE gute Hits zu schreiben und zu komponieren. Das positive in dieser Branche ist, dass Künstler ihre Leidenschaft als Beruf ausüben können und vom Musik machen ihr Leben unterhalten können. Das Arbeiten im Musikbusiness als Künstler bringt sehr viel mit sich. Man reist sehr viel weltweit, knüpft in den unterschiedlichsten Bereichen neue Kontakte. Türen öffnen sich für neue berufliche Wege z.B. Karrieresprünge in die Schauspielerei, als Darsteller in einem Musical zu arbeiten oder als Model für eine Luxusmarke wie Gucci durchzustarten. Als bestes Beispiel dient Justin Timberlake und Rihanna, die in Kinofilmen ihr schauspielerisches Talent unter Beweis stellen (z.B. *In Time – deine Zeit läuft ab*, *Battleship*).



Abbildung 74 : Battleship – Kinofilm

Der durch die Castingshow bekannt gewordene Superstar Alexander Klaws, ist nun festes Ensemblemitglied in Disneys Musical *Tarzan* und hat eine der Hauptrollen ergattert. Nehmen wir z.B. Jennifer Lopez, die das langjährige Gesicht der L'Oreal-Kampagne ist. Der Musikbereich ist für den Künstler die eine Einnahmequelle. Weitere Kooperationen mit Werbepartnern in Zusammenarbeit mit dem Künstler, dienen nicht nur als zusätzliche finanzielle Einnahme, sondern auch um die Präsenz des Musikers weiterhin im Medienbereich, aufrecht zu halten. Zudem das Image des Künstlers aufzubauen. Das sind positive Gründe, um den Künstler nicht nur durch die Musik zu verkaufen, sondern auch über zusätzliche andere Schienen. Natürlich entwickelt sich durch die ein oder andere Kontaktaufnahme auch eine musikalische Zusammenarbeit wie z.B. Jennifer Lopez feat. Pitbull & Mick Jagger - T.H.E. (The hardest ever).



Abbildung 75: T.H.E - The hardest ever - Single

Hier können Künstler zusammen an Tracks arbeiten und gemeinsam ihre Ideen einbringen und verwirklichen. 4 Augen bewirken meist mehr als 2. Auch Touren werden in Zusammenarbeit von 2 Acts durchgeführt. Man bedenke, dass Justin Timberlake mit Christina Aguilera die *Justified/Stripped –Tour* startete und ein riesen Aufsehen damit erregte. Das Nachtleben ist natürlich auch ein sehr wichtiger Punkt auf dem Zeitplan eines Künstler. Über organisierte Privatpartys treffen sich die Stars in den teuersten Privatvillen, um über musikalische Zusammenarbeiten zu sprechen, sich gegenseitig auszutauschen und sich näher kennenzulernen. Daraus entsteht dann auch die ein oder andere Liebesbeziehung. Das Schönste was es im Leben eines Musiker gibt, ist das tägliche Auftreten vor seinen Fans, die ihn unterstützen und in wenigen Fällen sogar zu Gast auf jedem Konzert des Künstlers sind. Durch den Rückhalt der Fans wird der Act stark motiviert. Was natürlich auch sehr positiv für die Einnahmen des Künstlers ist, sind die Fans, die sich mit ihrem Star identifizieren möchten und sämtliche Fanartikel einkaufen. Einige Fans wollen aussehen wie ihre Idole und tragen die selbe Mode wie ihre Stars oder kaufen die Kollektionen ihrer Celebrities wie z.B. die Modeserie von Daniela Katzenberger.



Abbildung 76: Daniela Katzenberger - Modekollektion

Auch die Friseursalons spüren die große Nachfrage des Rihanna-Looks und änderten ihr Konzept dementsprechend ab. Zur Musik selbst ist zu sagen, dass es eine enorme Etablierung für die Musikbranche ist, durch den heutigen technischen Fortschritt einen so raschen weltweiten Austausch von Musiktracks zu schaffen. Aufgrund der schnellen kontinentübergreifenden Verbreitung der Musik durch Social-Media-Plattformen wie youtube, myspace oder twitter zum Beispiel, gibt es für die Fans die Möglichkeit direkt über diese Portale sich die neusten Tracks anzuhören bzw. downzuloaden. Heute möchte Jedermann so schnell und so günstig wie möglich die Musiktracks kaufen, daher greift man auf solche Dinge lieber zurück als im Einzelhandel seine CD zu kaufen.

## 7.2 Negative Aspekte

Was einerseits von Vielen als der beste Job der Welt angesehen wird, kann auch auf der anderen Seite als eine Art Fluch empfunden werden. Wenn man als Gegenpart die negative Seite des Musikbusiness nimmt, sieht man, dass die Celebrities zum Teil, extrem ausgedrückt, wie in einem Art Gefängnis leben müssen. Durch den hohen Druck der auf ihnen lastet, seitens des Öffentlichkeitslebens, ist es ihnen nicht möglich ohne Personenschutz auf die Straße zu gehen. Kurze Einkäufe zum Supermarkt oder einen Tag im Shopping-Center zu verbringen ist für die Stars ausgeschlossen. Die Paparazzis sind ihnen täglich auf der Spur und versuchen anhand ihrer Celebrity-Fotos, in Zusammenarbeit mit Agenturen, möglichst seltene Aufnahmen zu machen, die Sie für viel Geld verkaufen können.



Abbildung 77: Paparazzis

Das hört sich im ersten Moment vielleicht nicht allzu stressig an, ist aber auf Dauer für die Reichen und Schönen kein tolles Gefühl. Vor allem sind es nicht nur die Paparazzis, die das Leben der Stars so unter Druck setzen, sondern auch die Ansammlungen von Fans bei Konzerten vor Auftritten etc..

Die Musiker haben keine andere Möglichkeit als durch diese Meute in die Veranstaltungsräumlichkeiten zu gelangen. Dabei versuchen die Fans die Musiker am Körper anzufassen, um einmal sagen zu können Rihanna, berührt zu haben. Diese ständige Konfrontation von Fans, die einem bis vor die Hotelzimmertür folgen, um ein Foto oder Autogramm des Celebrities zu bekommen, ist auf Dauer eine zusätzliche Belastung des Acts. Viele Acts haben nicht nur den Druck, dass ihre nächste Single auf Platz 1 in die Charts einsteigen muss, sondern können sich nicht mit ihren Freunden auf einen Kaffee treffen, um sich eine kurze Auszeit zu nehmen. Das Privatleben wird deutlich in den Hintergrund gestellt. Diese Faktoren führen zu einer enormen Druckbelastung. Um damit klar zu kommen, flüchten viele Celebrities in die Drogenwelt. Eine Überdosis an alkoholischen Getränken und chemischer Drogenkonsum scheint ihre Lösung zu sein, um so aus der realen Welt zu flüchten und dem Druck zu entkommen. Was leider aber nichts bringt, sondern unterschätzt wird und dazu führt dass die Stars drogenabhängig werden. Auftritte werden in einem *Auf-Koks-sein-Zustand* oder mit einem extrem hohen Alkoholpegel, durchgeführt. Das beste Beispiel dazu ist Amy Winehouse. Ein tolles musikalisches Talent, das mit dem Druck des Öffentlichkeitslebens nicht mehr klar kam, für ihre Drogenexzesse bekannt war und schließlich aufgrunddessen starb. Traurig aber wahr.





Abbildung 78: Amy Winehouse - einer ihrer letzten Auftritte in der Öffentlichkeit

Das kann doch nicht als der beste Job der Welt angesehen werden, wenn es solche Ausmaße annimmt?! Viele Celebrities sind auch wie im Otto-Normalbürger-Leben dem Gruppenzwang verfallen und testen diese chemischen Drogen einmal und verfallen so dem regelmäßigen Konsum. So schade es ist, aber wenige Stars sind so stark, um in diesem Leben standhaft zu bleiben und nicht mit Koks, LSD, Speed, Pepp oder ähnlichen Pillen in eine andere Welt zu flüchten. Ein weiteres Thema ist das Bild der perfekten Frau, schlank, hübsch und reich. Die Presse als auch der Rundfunk und das Fernsehen berichten über den Schlankheitswahn. Man darf nicht dick sein, schlank sind die Frauen hübscher und attraktiver. Die Celebrities leben es vor, also muss der Otto-Normalbürger auch so aussehen. Nicht nur die Fans haben sich ein Beispiel daran genommen und sich auf Diät gesetzt was in manche Fällen extreme Ausmaße angenommen hat. Nein, die Stars selbst sind aufgrund der Anforderungen der Medienbranche und des Öffentlichkeitslebens unter diesem Druck z.B. täglich gut auszusehen und ihr Gewicht halten zu müssen. Sei es der Musikmanager oder die Plattenfirma selbst, die solche Dinge vom Künstler fordern. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass die Familie, Freunde und der Beziehungspartner auf der Strecke bleiben. Des öfteren ist es auch nicht unüblich, dass die Plattenfirma vorschreibt, der Act müsse ein Single sein. Der Hintergedanke dabei ist, das Image des Künstlers nicht in den Keller gehen zu lassen. Als bestes Beispiel dienen die Boygroups. Um den Fans die Illusionen nicht zu nehmen, Sie könnten eventuell Ihn zum Freund haben, wird Ihnen das Single-Image aufgezwungen. Der nächste Aspekt zeigt das in der Musikbranche ein Ellenbogengeschäft herrscht. Hier wahre Freundschaften aufzubauen, die nicht nur aus Profitgründen zusammen Zeit mit einem verbringen möchten oder auf den Ruhm aus sind, sind ziemlich schwer zu finden. Daher steht man oft *alleine* ohne eine wirklich ernstzunehmende Bezugsperson da. Im Business geht es im Endeffekt darum, hohe Einnahmen und Einschaltquoten in Fernsehsendungen für den Künstler zu erzielen. Musiktracks sollen möglichst als Number-1-Hit in die Charts einsteigen. Heute wird durch die Überflutung der Zuschauer mit den Castingshows kein großer Wert mehr auf den Gesang gelegt. Das wirkliche Talent bleibt im Hintergrund. Man muss hübsch sein, entertainen können, sich gut zur Musik

bewegen und eine harte Vergangenheit in Bezug z.B. auf die Kindheit oder ähnlichem mitbringen, um Emotionen bei den Zuschauern hervorzurufen. Mehr wird in den Shows nicht gefordert. Hier geht es auch nicht mehr darum, den Künstler auf eine lange Sicht zu fördern, sondern ihn maximal 1 Jahr am Pophimmel zu etablieren, da der nächste Gewinner von *Deutschland sucht den Superstar* schon in den Startlöchern steht. Die Fernsehzuschauer werden überfordert mit so vielen neuen Gesichtern. Hier kommt auch das nächste Stichwort zum Zug. Man spricht nicht unnötig von dem Thema Manipulation im Bezug auf die Musikbranche. Die Stars, die sich in der Öffentlichkeit präsentieren, werden von den Fans als etwas Besonderes angesehen, was Sie in gewisser Weise auch sind. Leider gibt es genügend schlechte Beispiele im Musikbereich, die sich für Adam und Eva halten. Aufgrund dieses Bildes der Stars bleiben auch einige Künstler mit ihrer Einstellung nicht auf dem Boden, sondern halten sich für etwas Besseres und heben ab. Genügend Fans sind so von ihren Idolen fasziniert und werden über die Medien so beeinflusst, um so viel wie möglich an Merchandising-Produkten von ihren Stars zu kaufen. Bei der selbst ist durch die Verbreitung an Tracks in verschiedenen Portalen die Qualität verloren gegangen wie z.B. bei youtube. Über den Kauf von Musik in MP3-Formaten wie über Itunes, ist der Klang des Tracks super. Der Punkt ist aber, dass jeder die neusten Tracks möglichst günstig und als Erster haben möchte, daher wird meist auf die Qualität verzichtet. Daraus resultiert natürlich ein Rücklauf der Tonträgerverkäufe im Handel, was sich natürlich negativ auf den Musikmarkt auswirkt.

## 8 Was muss alles als Künstler beachtet werden?

### 8.1 GEMA

Die Verwertungsgesellschaften sind ein wichtiger Punkt den jeder Künstler zu beachten hat. Die GEMA ist die "Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte" mit ihrem Sitz in München und Berlin. 1903 wurde die Vorläufer-Gesellschaft die "*Deutsche Anstalt für musikalisches Aufführungsrecht (AFMA)*" gegründet bis die GEMA darauf folgte. Mittlerweile sind 3 Millionen Werke in der Verwertungsgesellschaft hinterlegt. Das Aufgabengebiet der GEMA ist es einen Schutz für Komponisten und Texter als Urheber zu bieten. Sie ist der Vermittler zwischen Urheber und z.B. einer Plattenfirma oder einem Radiosender und verwaltet im Interesse ihrer Mitglieder dessen Urheberrechte.



Abbildung 79: GEMA - Homepage

So hat jeder Künstler, der eigene Songs getextet und komponiert hat, das alleinige Recht zu entscheiden was mit seinem Song weiterhin passiert, da er der Urheber des Songs ist und alle Rechte ihm zustehen. Sobald sich der Künstler in der GEMA durch das Anmeldeformular registriert und die einmalige Aufnahmegebühr + zusätzliche Jahrsgebühr entrichtet, erhält er eine Akten- bzw. Mitgliedsnummer und ist automatisch Mitglied der Verwertungsgesellschaft.<sup>101</sup>

<sup>101</sup> Vgl. Hilberger (1998), S.45-52

Mitglieder können auch Rechtsnachfolger von Komponisten und Textern und Musikverlegern werden. Zur Zeit liegen die Gebühren bei einmalig 51,13 € (Anmeldegebühr) und einer jährlichen Pauschale von 25,56 € pro Urheber.<sup>102</sup> Zu überlegen ist bei Bands, ob sich jedes Mitglied in der GEMA registriert. Nur wer selbst Texte geschrieben, Musik komponiert hat und in der GEMA registriert ist, erhält die Beteiligung am Gewinn der Songs, die öffentlich aufgeführt, vervielfältigt, verbreitet und in Diskotheken wiedergegeben werden.

## Antrag



GEMA  
Abteilung Mitglieder  
Rosenheimer Straße 11  
81667 München

Telefon +49 89 48003-642  
Fax +49 89 48003-240  
E-Mail [mg@gema.de](mailto:mg@gema.de)  
Internet [www.gema.de](http://www.gema.de)

## Aufnahmeantrag für Urheber

Bitte lesen Sie vor dem Ausfüllen sorgfältig die allgemeinen Informationen auf Seite 4 sowie das Informationsblatt "Aufnahmeverfahren für Urheber". Diese und weitere Informationen finden Sie auf der GEMA-Homepage [www.gema.de/mitglied\\_werden](http://www.gema.de/mitglied_werden)

## Angaben zum Urheber

Name (bürgerlicher Name) *		
Vorname *		
Geburtsdatum *	Geburtsort *	Staatsangehörigkeit *
Ständiger Kündlername (muss im Personalausweis oder Pass eingetragen sein)		
Bei Werkveröffentlichungen benutztes Pseudonym (keine Band-, Projekt- oder Interpretennamen)		
Straße *		
PLZ *	Ort *	
Land *		
Telefon *	Telefax	Mobil
E-Mail	Telefon tagsüber bei Rückfragen	
Steuerlicher Wohnsitz **		
Hauptberuf/Nebenberuf		
Zugehörigkeit zu einer Verwertungsgesellschaft		
Einzelheiten über musikalische Berufsausbildung		

\* Pflichtangaben sind mit einem Sternchen gekennzeichnet.

\*\* Pflichtangabe, wenn abweichend von obiger Anschrift oder wenn obige Anschrift eine Postfachadresse ist.

Stand 13.3.02

Seite 1 von 4

Abbildung 80: GEMA - Aufnahmeantrag für Urheber

<sup>102</sup> Vgl. GEMA (2010)

In vielen Fällen ist das bereits ausgeartet. So hatte die Band Queen eine lange Zeit Auseinandersetzungen darüber, welche Songs von den selbstgeschriebenen Werken veröffentlicht werden sollten, da jedes Bandmitglied vom Kuchen ein Stück abbekommt und diese Beteiligungen am Gewinn, sogenannte Tantiemen, einstecken wollte. In solchen Fällen ist es am Sichersten dieses Vorhaben in der Gruppe im Vorfeld zu besprechen und eine gemeinsame geeignete Lösung zu finden. Wichtig ist ebenfalls zu wissen, dass erst 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers der Song GEMA-frei wird und bis dahin die Gewinnbeteiligung den Erben des Komponisten bzw. Texters zugehen. Des weiteren liegt es in dem Aufgabenbereich der GEMA zu bestimmen wieviele Tracks auf einen Tonträger dürfen. In der Tabelle kann man erkennen, dass z.B. bei Album-CDs die Gesamtspieldauer von 80 min. nicht überschritten werden darf und maximal 18 Tracks darauf veröffentlicht werden sollten.


<b>Tonträger</b>	<b>Gesamtspieldauer</b>	<b>Anzahl verschiedener Tracks</b>
Single (Vinyl)	8 min	2
EP (Vinyl)	20 min	6
LP (Vinyl)	60 min	16
Maxi (Vinyl)	16 min	4
Maxi-CD	20 min	4
Album-CD	80 min	18
MC	60 min	16

Abbildung 81: GEMA - Vorgabe bei Tonträgerproduktion

Jeder Track der komponiert und getextet wird muss einzeln über den grünen Anmeldebogen an die GEMA weitergegeben werden.<sup>103</sup>

---

<sup>103</sup> Vgl. Hilberger (1998), S. 45-52



GEMA-ANMELDEBOGEN FÜR ORIGINALWERKE (Bitte in Druckschrift ausfüllen: Nur für ein Werk.)		GEMA-DATENBANKNUMMER (falls bereits bekannt)
1. WERKTITEL		
2. GATTUNG	Opus: _____ Tonart: _____ Fernsehauftragskomposition (s. Ziff. 12): <input type="checkbox"/> Werbemusik ohne Fremddanteile: <input type="checkbox"/>	
3. SPIELDAUER	MIN. _____ SEK. _____ (Dauer einzelner Werkteile bitte auf einem Extra-Blatt hinter dem jeweiligen Titel angeben)	
4. FOLGENDE MELODIEN, MOTIVE ODER TEXTSTELLE ANDERER URHEBER WURDEN VERWENDET:	ORIGINALTITEL: _____ URHEBER: _____ NAME _____ VORNAME/N _____ UMFANG _____	
Bitte ankreuzen! 5. KOMPONIST <input type="checkbox"/> BEARBEITER* <input type="checkbox"/> (Gibt das bearbeitete Original unbearbeitet bei an)	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ NAME _____ VORNAME/N _____ Anteile in % _____ MITGLIEDSNUMMER _____	
6. BESETZUNG (Originalfassung)	ANZAHL DER SELBSTÄNDIG GEFÜHRTEN STIMMEN: <input type="checkbox"/> SOLO <input type="checkbox"/> CHOR <input type="checkbox"/> KL. ORCH. <input type="checkbox"/> GR. ORCH. <input type="checkbox"/> ANZAHL D. SPIELER <input type="checkbox"/> F. D. DRUCK BESTIMMT <input type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEIN	
7. TEXTDICHTER (Originalfassung) Ankreuzen, wenn Musik und Text zusammen geschaffen wurden. Siehe Hinweise <input type="checkbox"/> Weitere Textierung in einer anderen Sprache _____	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ NAME _____ VORNAME/N _____ Anteile in % _____ MITGLIEDSNUMMER _____ SPRACHE: _____ NAME _____ VORNAME/N _____ MITGLIEDSNUMMER _____ TITEL: _____ SPRACHE: _____	
8. VERLAG (Vollständige Firmenbezeichnung)	1. _____ 2. _____ 3. _____ Verlagsvertrag - gültig ab _____ Datum des Erscheinens im Druck _____ Anteile in % _____ MITGLIEDSNUMMER _____ sind dem Verleger die Aufführungs- und mechanischen Vervielfältigungsrechte von den Urhebern für den Fall, dass diese keine Verwertungsgesellschaft angehören, vorsorglich zur treuhänderischen Verwaltung übertragen worden? Ausnahmen im Verlagsvertrag (Vertragsdauer, Gebiet, Sparten, Schlüssel): _____ JA <input type="checkbox"/> NEIN <input type="checkbox"/>	
9. BEARBEITER (z.B. der Druckausgabe)	NAME _____ VORNAME _____ MITGLIEDSNUMMER _____ Besetzung der Bearbeitung: _____ Erscheinungsdatum der Bearbeitung im Druck: _____	
10. UNTERTITEL (zwei Titel mit Texterfänge einzelner Phasen)		
11. TONTRÄGER (BILD/TONTRÄGER)	INTERPRET: _____	
12. ERKLÄRUNGEN	Diese Werkanmeldung erfolgt gemäß § 5 des Berechtigungsvertrages zugleich für die (übrigen) Urheber des Werkes. Soweit das Werk als Verlagsanmeldung wird, wird versichert, dass mit dem / den Urheber(n) ein Verlagsvertrag im Sinne des Gesetzes über das Verlagsrecht vom 19.06.1901 geschlossen worden ist. Wenn es sich beim vom Verlag angemeldeten Werk um eine Auftragskomposition zu einer Fernsehproduktion (Fernsehauftragskomposition) handelt, bestätigt der Verlag hiermit gemäß Verteilungsplan A-Abz. XIV Ziff. 1 Abs. 4 und 5, dass die Übertragung der Verlagsrechte nicht Bedingung oder Voraussetzung für die Erteilung des Kompositionsauftrags war. Es wird versichert, dass alle Angaben auf diesem Anmeldebogen nach bestem Wissen und Gewissen gemacht wurden.	
13. UNTERSCHRIFT (Gibt das Original des Urhebers an, der die Anmeldung, bei Verlegen des Zeichnungszeichens)	MITGLIEDSNUMMER _____ DATUM _____ UNTERSCHRIFT _____	
14. GEMA-VERMERKE	EINGANG _____ BELEGNUMMER _____ REGISTRIERT _____	

Das ist EXCEL 07 Postanschrift: GEMA, Postfach 30 12 40, 10722 Berlin Bitte Ausfüllhinweise beachten!

Seite 1 von 2

Abbildung 82: GEMA - Anmeldebogen für neue Tracks

Jeder Künstler sollte sich im Vorfeld darüber informieren welche unterschiedlichen Einnahmenmöglichkeiten es gibt, wenn man ein Mitglied der GEMA ist. Vor allem muss den Künstlern bzw. den Plattenfirmen bewusst sein was alles der GEMA gemeldet werden muss. Pro verkauftem Tonträger hat die Plattenfirma die Aufgabe einen Prozentsatz (je nach Größe des Unternehmens) in Höhe von 9,306% bis 11,6325 % berechnet anhand des Händlerabgabepreises (Preis pro Tonträger, der von dem Händler an die Plattenfirma bezahlt wird) an die GEMA abzuführen. Falls die errechnete Gebühr unter die mindest zu zahlende Lizenz an die GEMA fällt, muss der von der Verwertungsgesellschaft vorgegebene Preis bezahlt werden. Unabhängig davon werden die Einnahmen des Tonträgerverkaufs mit einer 6,9 %igen Beteiligung der GEMA individuell pro Tonträger abgerechnet. Der Urheber erhält rückwirkend seine Einnahmen pro verkauftem Tonträger.

Bei Live-Aufführungen werden die Einnahmen rückwirkend für das Vorjahr unter der Voraussetzung, dass das notwendige Formular zu jedem Konzert mit den gespielten Titeln ausgefüllt wird und bei der zuständigen GEMA-Bezirksdirektion abgegeben wird, ausbezahlt. Zusätzlich gibt es den sogenannten "M"-Zuschlag, der für die mechanische Abrechnung berechnet wird. Grundlage dafür sind die der GEMA gemeldeten Liveauftritte und der Songs, die auf dem Konzert zum Besten gegeben werden, sowie die bereits erfolgte Veröffentlichung dieser Tracks. Die Gewinne für die Ausstrahlung der Tracks des Künstlers in Radio und TV werden im Vorjahr ausgeschüttet. Öffentlich rechtliche als auch private Fernseh- und Radiostationen stellen der GEMA ein Protokoll zur Verfügung, in dem alle gespielten Titel pro Minute erfasst wurden. Je größer die Reichweite eines Senders ist, umso höher sind die Einnahmen. Der Beitritt zur GEMA ist keine Pflicht und sollte gut überlegt werden, da es auch einen Markt für GEMA-freie Musik gibt.<sup>104</sup>

## 8.2 GVL

Die GVL wird als die "*Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten*" bezeichnet und ist im Vergleich zur GEMA ausschließlich für darstellende Künstler z.B. Musiker, Interpreten, Schauspieler und Moderatoren zuständig. Sie sitzt in Hamburg und ist Ende 1950 gegründet worden. Sobald der Wahrnehmungsvertrag an die GVL zurückgeschickt wird können alle Tonträgerhersteller und ausübende Künstler mit Erstwohnsitz in Europa kostenlos Mitglied werden.

---

<sup>104</sup> Vgl. Jahnke (1998), S. 95-100



### Wahrnehmungsvertrag für ausübende Künstler/-innen (Fassung vom 01.02.2012)



Zwischen

Vertragsnr.: \_\_\_\_\_

(von der GVL auszufüllen)

Vorname: \_\_\_\_\_  
 Nachname: \_\_\_\_\_  
 Geburtsname: \_\_\_\_\_  
 Staatsangehörigkeit: \_\_\_\_\_  
 Geburtsdatum: \_\_\_\_\_  
 Geburtsland: \_\_\_\_\_  
 Amtliche Meldeadresse: \_\_\_\_\_  
 Straße: \_\_\_\_\_  
 PLZ / Ort: \_\_\_\_\_  
 Land: \_\_\_\_\_

– nachstehend „Berechtigter“ genannt –

und der

Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL)  
 Podbielskiallee 64, 14195 Berlin  
 Postfach 33 03 61, 14173 Berlin

– nachstehend „GVL“ genannt –

wird folgender Wahrnehmungsvertrag geschlossen:

#### § 1 Rechteübertragungen

(1) Der Berechtigte räumt der GVL zur Wahrnehmung im eigenen Namen gegenüber Dritten folgende ihm gegenwärtig zustehenden und während der Vertragsdauer zufallenden Rechte ein:

1. die gesetzlichen Ansprüche auf angemessene Vergütung für
  - a) die Hörfunk- und Fernsehsendung von Darbietungen auf erschienenen Tonträgern und Bildtonträgern (§ 78 II Nr. 1 UrhG). Hierzu gehört auch die Übertragung im Wege des IP-TV und unter Verwendung neuer Übertragungsstandards zum mobilen Empfang oder in mobilen Netzdiensten und in Form des Simulcastings oder Webcastings über das Internet oder mobile Netzdienste;
  - b) die Kabelweiterleitung seiner Darbietungen (§ 78 II UrhG);
  - c) die öffentliche Wahrnehmbarmachung von Darbietungen (§ 78 II Nr. 2 und 3 UrhG);
  - d) die unmittelbare oder mittelbare Aufnahme oder Vervielfältigung einer Darbietung zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 54 I UrhG);

„Berechtigte“ im Sinne dieses Vertrages sind gleichermaßen männliche und weibliche Berechtigte.

1

Abbildung 83: GVL – Wahrnehmungsvertrag

Zusätzlich stellt die GVL seit 2010 auf ihrer Homepage das Online-Portal „ARTSYS.GVL - Das Onlineportal für Künstler“ zur Verfügung. Sobald die Künstler bei Produktionen mitwirken, registrieren Sie sich auf dieser Plattform und werden dementsprechend nach Produktionen bezahlt. Durch die Etablierung des Online-Portals kann die GVL nun auch Mitgliedern, die im Ausland wie z.B. in der Schweiz oder Österreich tätig sind, die Einnahmen der Produktionen weiterleiten. Die Vergütung ist bei der GVL so geregelt, dass der Künstler keine Chance hat bei der Zweit- bzw. Drittauswertung (Zweit- bzw. Drittauswertung z.B. der eigene Track wird im Radio abgespielt; Drittauswertung z.B. wenn es privat vervielfältigt wird, d.h. der Track von Radio auf CD aufgenommen wird) dies zu genehmigen und daran dementsprechend zu verdienen. Hier kommt die GVL ins Spiel und sorgt für eine gerechte entlohnende Verteilung der Einnahmen für die Mitglieder. Es handelt sich hierbei um nichts anderes als gesetzliche Vergütungsansprüche für die Mitglieder der GVL geltend zu machen. Die Gebühren, die die GVL für die unterschiedlichen Auswertungsstufen einnimmt, bezieht Sie hauptsächlich durch die Sendung von Platten und CDs im Radio. Bei den Gewinnen durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten erhält die GVL anteilig an der Zahl der zugelassenen Empfangsgeräte und den Werbeerlösen ihre Gelder. Anhand des Label-Codes, was jeder Tonträgerhersteller bei der Registrierung der

GVL bekommt, kann die GVL die Sendeminuten und die Anteile der einzelnen Labels ermitteln und somit die Gewinne festlegen. Über die GEMA können weitere Gewinne für die öffentliche Wiedergabe von Tonträgern z.B. in Diskotheken erwirtschaftet werden. Die Einnahmen durch die private Vervielfältigung werden über die ZPÜ *“Zentralstelle für private Überspielungsrechte”* eingezogen. Mitgründer der ZPÜ war nicht nur die GVL sondern auch die GEMA und die Autorenverwertungsgesellschaft VG WORT. Im Verbund sind sowohl auch die Verwertungsgesellschaften für Filmhersteller- und –urheberrechte. Nach bestimmten Gesichtspunkten verteilt der GEMA-Vorstand die Gewinne, z.B. durch die Abgabe der Leercassetten-Hersteller unter den verschiedenen Verwertungsgesellschaften. Die GVL-Mitglieder reichen einmal jährlich ihre kompletten Belege über den Nachweis, wieviel Sie durch ihre Arbeit verdient haben, ein. Aufgründdessen errechnet die GVL die Höhe der Gewinnbeteiligung, der sogenannten Tantiemen.<sup>105</sup>

### **8.3 Medienanwalt einschalten, um nicht nur die Urheberrechte abgesichert zu haben**

Sobald es feststeht, dass der Künstler den Plattenvertrag unterschreiben soll oder einen Verlagsvertrag angeboten bekommt, da er selbst Musik komponiert bzw. textet, muss zur Sicherheit unbedingt ein Anwalt, der sich mit dem Musikrecht auskennt, eingeschaltet werden. Zwar werden zusätzliche Kosten entstehen, die aber zu recht investiert werden sollten, um sich genügend über rechtliche Hintergründe zu informieren. Der Künstler wird darauf hingewiesen, dass jeder Fall bzgl. Vertragsabschluss von Künstlern individuell vereinbart wird. Es gibt unterschiedliche Vertragsformen. Je nachdem ob dem Künstler bereits ein Angebot unterbreitet wird, prüft die juristische Person die Vertragsinhalte, um dem Künstler zu bestätigen, dass er mit dem vorliegenden Vertrag des Plattenlabels nicht über den Tisch gezogen wird. Nach Prüfung der Vertragsinhalte erläutert der Anwalt dem Künstler diese und weist ihn auf mögliche Auswirkungen im geschäftlichen als auch privaten Bereich hin. Zusätzlich ist es die Aufgabe des Anwalts für den Künstler ein noch profitableres Angebot auszuhandeln und seine Wünsche in dem Vertrag umzusetzen, um ein noch besseres Angebot für den Künstler mit dem Vertragspartner auszuhandeln. Nach den endgültigen Vertragsverhandlungen ist es wichtig, dem Künstler die Inhalte der fertigen Verträge aufzuzeigen, um ihm dann die Entscheidung zu überlassen, ob er den Schritt zu den Bedingungen gehen möchte. In den Verträgen regelt der Anwalt z.B. das Mitspracherecht bei der Auswahl der Songs und sorgt somit nicht nur für die finanziellen Aspekte, sondern auch für die schriftlich festgelegten Vereinbarungen in der Praxis,

---

<sup>105</sup> Vgl. GVL (2010)

d.h. die Zusammenarbeit des Künstlers mit dem Vertragspartner. Daher sollte man einen Anwalt nicht nur als Vermittler für juristische Dinge sehen, sondern auch als Berater in diversen Sparten im Musikbusiness, da er aufgrund seiner Erfahrungen in diesem Bereich viel erlebt hat und dies für den Künstler optimal umsetzt. Die erste Priorität für den Künstler ist daher Vertrauen aufzubauen und offen mit seinem Gegenüber sprechen zu können. Um so ein Verhältnis mit seinem Anwalt aufbauen zu können ist es natürlich erforderlich zu schauen, mit welchen Firmen der Anwalt zusammenarbeitet und welche Erfahrungen er bis zu dem Zeitpunkt gesammelt hat und vorweisen kann. Die unterschiedlichen Gebühren, die eine Kanzlei bzw. ein Anwalt dem Künstler bietet sind auch nicht zu vergessen. Das Musikgeschäft ist in erster Linie ein Bereich, der darauf spezialisiert ist möglichst viel Profit mit einem Künstler zu machen. Es wird dargestellt, dass die Interessen der Mitwirkenden im Musikbusiness darin liegen, dass Wert auf das Künstlerische gelegt wird. Im Vordergrund steht immer noch der Profit, der durch den Künstler gewonnen wird. Was vielen Musikern nicht bewusst ist, dass das Musikbusiness ein knallhartes Geschäft ist. Man hat die Möglichkeit aufgrund der unterschiedlichen geschäftlichen Angebote sich verwirklichen zu können. Dahinter steckt eine Menge harter Arbeit und der Verzicht auf das eigene Privatleben. Es ist ein *Ellenbogengeschäft*, das nicht unterschätzt werden soll.<sup>106</sup>

## 8.4 Mitgliedschaft bei der Künstlersozialkasse

Die KSK „Künstlersozialkasse“ mit Sitz in Wilhelmshaven ist eine Abteilung der Landesversicherungsanstalt Oldenburg, die aufgrund des Künstlersozialversicherungsgesetz vom 01.01.1983 den selbständigen Künstlern, den gleichen Versicherungsschutz wie normalen Arbeitnehmern gewährt. Zu ihrer Aufgabe gehört es die Meldung an die Kranken- und Pflegekassen sowie zur Rentenversicherung weiterzuleiten. Zusätzlich leitet Sie die Beiträge an die unterstützenden Firmen bzw. den Bund weiter. Die gesetzlich vorgeschriebenen Sozialabgaben, die Arbeitnehmer und Arbeitgeber jeweils im Normalfall zu entrichten haben, werden hier durch Zuschüsse des Bundes und von Firmen, die die Verwertung von künstlerischen als auch publizistischen Leistungen betreiben, bezahlt. Zu diesen Unternehmen zählen z.B. Theater, Orchester, Rundfunk und Fernsehen, die ihre Leistungen öffentlich aufführen und darbieten. Somit hat der Künstler die ähnlichen Bedingungen wie das Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis und bezahlt in etwa die Hälfte der Sozialabgaben.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> Vgl. Hartenstein (2003), S.131-135

<sup>107</sup> Vgl. Künstlersozialkasse (o.J.)

Registrieren können sich frei schaffende Künstler, d.h. professionell arbeitende Musiker, Maler, Buchautoren und Moderatoren etc.. Geprüft werden Künstler darauf, ob Sie ein Mindestjahreseinkommen von über 3.900,-- € haben, erst dann ist es möglich sich in der Künstlersozialkasse zu versichern. Ausnahmefälle gibt es in Bezug auf Berufsanfänger. In den ersten 3 Jahre müssen Sie kein bestimmtes Jahreseinkommen vorweisen, sondern sind trotzdem über die Künstlersozialkasse versichert. Um der Künstlersozialkasse beizutreten ist es erforderlich, den Antrag zur Prüfung der Versicherungspflicht ausgefüllt dem Unternehmen zukommen zu lassen und sich gleichzeitig in dem Künstlerkatalog, der online auf der Homepage der Künstlersozialkasse angeboten wird, die Abgabesätze anzuschauen. Sobald die Prüfung des Antrages erfolgreich war, wird der Kunde automatisch in die Künstlersozialkasse aufgenommen.

**Hinweis:** Die hiermit angeforderten personenbezogenen Daten werden aufgrund des § 11 Abs. 2 des Künstlersozialversicherungsgesetzes (KSVG) erhoben. Sie unterliegen dem Sozialgeheimnis, zu dessen Wahrung nach § 35 Sozialgesetzbuch (SGB) I neben dem Träger der Sozialversicherung auch die Künstlersozialkasse verpflichtet ist.

**KÜNSTLER SOZIALKASSE**

**Fragebogen zur Prüfung der Versicherungspflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz**

Eingangstempel der KSK

**Fett eingefasste Felder werden von der KSK ausgefüllt!** VS

**Angaben zur Person** (bitte Fotokopie Ihres Personalausweises oder Reisepasses beifügen)

Name	Vorname (Rufname bitte in Großbuchstaben)	Titel
ggf. Geburtsname	Künstlername	
Geburtsort	Geburtsland (wenn nicht BRD)	
Staatsangehörigkeit	Staatsangehörigkeit: Sollten Sie nicht die deutsche oder eine Staatsbürgerschaft eines der Europäischen Union angehörenden Landes besitzen, legen Sie bitte eine <b>Aufenthalts-genehmigung</b> bei!	
Geburtsdatum: Tag, Monat, Jahr	Geschlecht (Zuschriften eintragen): männlich, weiblich	Familienstand: nicht verheiratet, verheiratet

**Anschrift** (ständiger Wohnsitz/Aufenthalt)

Straße, Hausnummer	
Postleitzahl	Wohnort (Antragsteller aus Berlin: Bitte Ausführlicher beachten!)
E-Mail-Adresse	Tel.-Nr. (bitte über zu erreichen)
Staat (wenn nicht Bundesrepublik Deutschland)	

**Bank / Postbank**

Name/Anschrift des Geldinstituts		
Kontonummer	Bankleitzahl	Kontoinhaber (falls nicht Sie selbst):

**Versicherungsnummer (VSNR)**

Falls für Sie bisher keine Versicherungsnummer (die entspricht der „Sozialversicherungsnummer“ oder „Rentenversicherungsnummer“) vergeben wurde, wird dies von der KSK veranlasst.	
--	--

**Bevollmächtigter** (nur ausfüllen, wenn ein anderer für Sie tätig sein soll)

☐ Generalvollmacht (falls nicht Sie selbst, sondern ausschließlich ein Dritter für Sie mit der KSK korrespondieren und Empfänger ihrer Post sein soll)

☐ Vertretungsvollmacht (nur für Feststellungsverfahren zum Fragebogen)

Name, Vorname / Firma		Straße, Hausnummer
Postleitzahl	Ort	Tel.-Nr. (bitte über zu erreichen)

**Fachbesitzer** **Tätigkeitsaufnahme am:** **Eingabe „J“ zu Frage 26/27 erforderlich, wenn angestrichelt** **erfasst**

--	--	--

**Herausgeber:** Künstlersozialkasse • bei der Unfallkasse des Bundes • Götterstraße 14 • 26384 Wilhelmshaven  
Telefon (0 190 3) 97 61 00 (9 u.16 Min. aus dem Dt. Festnetz; Mobil max. 42 u.16 Min.) • Telefax (0 44 21) 75 43 - 586  
Internet: [www.kuenstlersozialkasse.de](http://www.kuenstlersozialkasse.de) • E-Mail: [auskunft@kuenstlersozialkasse.de](mailto:auskunft@kuenstlersozialkasse.de)

Ka - FB zur Prüfung der VP - 03/2012

Abbildung 84: KSK - Antrag zur Prüfung der Versicherungsleistung

Die Beitragssätze sind pro künstlerische Tätigkeit unterschiedlich aufgebaut und werden auf das gesamte Einkommen des Folgejahres berechnet. So muss das anzugebende Jahreseinkommen auf Grundlage des alten Jahres für das kommende Jahr vorausschauend berechnet werden. Möglichst präzise sollten die Angaben gemacht werden, da die

Künstlersozialkasse das Recht hat Einkommenssteuerbescheide anzufordern, für eine stichprobenartige Kontrolle

Als Beispiel kann man in der unteren Abbildung erkennen, dass hier mit einem ermittelten Jahreseinkommen von 10.000,-- € gerechnet wird.

Folgende 4 Versicherungen müssen mit der Hälfte des gesetzlichen Beitragssatzes auf das Einkommen berechnet, von den Versicherten in unserem Beispiel bezahlt werden.

- 9,8 % Rentenversicherungsbeitrag (gesetzlicher Beitragssatz von 19,6 %);
- 7,75 % Krankenversicherungsbeitrag (gesetzlicher Beitragssatz von 15,5 %) + zu leistender Zusatzbeitrag für Alleinstehende von 0,45 %;
- 0,975 % Pflegeversicherungsbeitrag (gesetzlicher Beitragssatz von 1,95 %) bzw. für Künstler, die ledig sind 1,1 % (gesetzlicher Beitragssatz von 2,2 %).

So kann aus der Grafik entnommen werden, dass eine alleinstehender Künstler, der ein Jahreseinkommen von 10.000,-- € für das neue Jahr erwartet, folgende monatliche Kosten zu tragen hat: Für die Rentenversicherung muss monatlich ein Betrag in Höhe von 81,67 € einkalkuliert werden. Der Krankenversicherungsbeitrag zuzüglich dem Alleinstehendenzuschlag beträgt 68,33 € und die Rentenversicherungskosten belaufen sich auf 10,21 €. Das bedeutet, dass ein als Single lebender Künstler, einen monatlichen Kostenaufwand von insgesamt: 160,21 € hat. Wenn man nun die Angebote der unterschiedlichen Versicherungen privat als auch gesetzlich mit der Künstlersozialkasse vergleicht, wird jeder Medienschaffende sehen, dass es für ihn nur von Vorteil ist sich bei der KSK zu registrieren.<sup>108</sup>

## 8.5 Vermarktung des Künstlers

Heutzutage ist durch die große Vielzahl an unterschiedlichen Musikstilen & Künstlern der Musikmarkt breitgefächert. Als allererste Information ist es wichtig zu wissen, dass nicht nur über den Tonträgerverkauf im Einzelhandel, bei Amazon oder per Downloads beispielweise über I-Tunes, der Künstler vermarktet wird. Es steckt weitaus mehr dahinter. Nehmen wir an, dass der Künstler seinen Plattenvertrag bereits abgeschlossen hat und ist beispielsweise über eine Castingshow bekannt geworden. Neben der Plattenfirma hat der Medienschaffende hier noch weitere Partner, die ihn auf seinem musikalischen Weg unterstützen. So gibt es noch mehrere Partner wie z.B. den Director of International Marketing und Promotion, BMG Berlin,

---

<sup>108</sup> Vgl. Künstlersozialkasse (o.J.)

der Geschäftsführer der Firma RTL Enterprises, Tochtergesellschaft von RTL und eine Vizepräsidentin der Fremantle Licensing Group, eine Tochterfirma von RTL, die für die Produktion und den Vertrieb der Idols-Shows unter anderem zuständig ist. Alle 3 Personen sind auf ihrem Gebiet ausschließlich für die Bereiche Marketing, Promotion und Merchandising zuständig.

Da der Künstler sich auf seine Musik konzentriert, benötigt er Personen, die sich in den marketingtechnischen Bereichen optimal auskennen und sich dementsprechend um die Vermarktungsarbeit kümmern. Aufgrund der Unerfahrenheit des Medienschaffenden in Sachen Vermarktungsstrategien, ist es Pflicht des Musikers sich Bezugspersonen zu suchen, die ihn bei jedem Step behilflich sind, ihn über alle nächsten Schritte auf dem Laufenden halten und mit denen er die richtigen Entscheidungen, was seine zukünftigen Pläne für seine Karriere anbelangt, trifft. In der Regel sind das Personen, wie der Manager bzw. Mitarbeiter der Plattenfirma oder Rechtsanwälte. Die Vermarktung hat hier die Aufgabe neue Ideen zu entwickeln, die sich an die rasche Veränderung der Musikbranche anpassen. Zuerst werden die Marketingprogramme und Strategien ausgearbeitet. Nach dem 4P-Modell wird das Marketingprinzip aufgebaut. Das bedeutet, dass es die Aufgabe der Plattenfirma ist, zuerst zu planen, welches Produkt (Product) vermarktet werden soll, wie hoch der Preis sein wird (Price), sich Gedanken zu der Auslieferung der Produkte zu machen und last but not least welche Promotionstrategie dafür verwendet werden soll.



Abbildung 85: 4P-Modell, Marketingstrategie

In dem ersten Schritt muss feststehen welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Das A und O im Musikbereich ist es nach wie vor Hits und Trends zu entdecken. Unabdingbar ist es für die Musikbranche ihre Konsumenten besser einschätzen zu können. So fügt man beispielsweise den im Verkauf stehenden CD's Umfragekarten bei, die an die Marktforschung ausgefüllt zurückgesendet werden, um von den Käufern ein direktes Feedback zu bekommen, ob Ihnen die CD gefällt oder was zu verbessern wäre. Allerdings lassen Auswertungsergebnisse darauf schließen das nur 2% der Konsumenten diese zurücksenden. Der Hintergrund dieser Aktion ist die Direct-Mailing-Aktion, die dahinter steckt, um für die Veröffentlichung der neuen Single Werbung zu machen und die generierten Adressen dafür zu nutzen. Des Weiteren nutzen die

Plattenfirmen die Konzerte, um vor Ort zu sehen, welches Publikum den Künstler anheimelt, um so Aufschluss über die Zielgruppe zu erhalten. In unserem nächsten Punkt geht es um Identifikation.

Man möchte sich mit seinem Star vergleichen. Heute gibt es zahlreiche Fanclubs, in denen sich junge Teenager treffen und die Fanartikel ihrer Stars untereinander auszutauschen, zusammen zu Auftritten fahren, um ihren Idolen nah sein zu wollen. Nachdem sich *Take That* trennten und die *Backstreet Boys* die Plattenfirma wechselten, nutzte man die Gelegenheit ein weiteres Boyband-Projekt zu starten. Aufgrund der hohen Nachfrage der kreischenden Teenie-Mädels konnte vorhergesehen werden, dass man mit *N'SYNC* genau den selben Effekt bewirken kann. Man suchte sich 5 Sunnyboys aus, einer optisch unterschiedlicher als der andere, so dass für jedes kreischende Teenie-Mädel mindestens einer dabei ist, in dem man sich verlieben kann. Pflicht für jeden Boyband-Fan ist es, den Stars zu Auftritten hinterherzufahren und Unmengen an Fanartikeln zu Hause zu sammeln wie z.B. Poster, Bettwäsche etc. Diese Art von Vermarktung führt dazu, dass wieder ein Hype um die Boybands gemacht wird. Im Endeffekt lebt die Plattenfirma größtenteils von den Einnahmen dieser Teenager. Zum Vermarktungskonzept selbst sind drei entscheidende Dinge notwendig: Budget, Zielgruppe und Timing.<sup>109</sup> Als Grundlage für das Marketing und die Promotion wird die Erwartung des Tonträgerverkaufs genommen. Man kann sich das so vorstellen, dass der Umsatz aus dem Händlerabgabepreis (als Händlerabgabepreis wird der Betrag bezeichnet, den der Hersteller an den Großhändler bezahlt) des Tonträgers, hier in diesem Fall 20,-- €, mit der zu erwartenden Anzahl an verkauften Singles, hier 30.000 Stück (Annahme), verrechnet wird. Die voraussichtlichen Einnahmen würden sich hier auf 600.000,--€ belaufen. Von diesem Gesamtbetrag werden 20%, d.h. 120.000,-- € in den Marketingprozess gesteckt. Je nach Typ des Künstlers werden abhängig davon sämtliche Marketingmaßnahmen geplant. Was dem Musikschaaffenden schnell klar werden sollte ist, dass er viel unterwegs sein wird, für Promotionzwecke zur Verfügung stehen sollte und daher sein Privatleben zurückstecken muss. Um so wichtiger ist es von Anfang an eine gute Zusammenarbeit und gegenseitiges Vertrauen zwischen Künstler und Plattenfirma aufzubauen, da man tagtäglich miteinander geschäftlich zu tun hat. Sobald die ersten Punkte abgearbeitet sind, kommt es zur Promotion. Im Vordergrund steht die Präsenz in den Medien für den Künstler. Mit Hilfe der Promotientätigkeit soll der Musiker persönlich sowie die Leistung, die er erbringt und natürlich durch die Songs die produziert werden, den Fans näher gebracht werden. Erreicht werden kann das durch regelmäßige Auftritte im Fernsehen, beim Radio, oder auch auf Touren, Presseterminen und Autogrammstunden.

---

<sup>109</sup> Vgl. Jahnke (1998), S. 110 - 141





Abbildung 86: Auftritt bei der Fernsehshow "Wetten...dass!"

In erster Hinsicht sind die Auftritte kostenlos. Auf den zweiten Blick erkennt man, dass Kosten im Sinne von Arbeitskräften zu bezahlen sind und zeitliche Faktoren auf die Plattenfirma zukommen. Zu den Promotionbereichen zählen Funk, Presse, TV und Diskotheken. Das Radio ist für die Plattenfirma das Vermarktungsinstrument. Durch das mehrmalige Abspielen des Hits im Radio wird der Drang zum Kauf bei den Zuhörern ausgelöst. Die ARD- und einige private Sender schließen sogenannte Abonnementsverträge mit den Plattenfirmen ab, durch die Sie automatisch alle neuen CD-Veröffentlichungen zum Senden der Hits erhalten. Das Institut *Media Control* überwacht wie häufig ein Song im Radio gespielt wird. So kann festgestellt werden, ob der Track hitverdächtig ist oder nicht. Von dem Punkt an wird weiter entschieden, ob noch mehr Geld in das Marketing des eventuellen Charbreaker-Songs gesteckt wird oder nicht. Wichtig ist, dass man, um einen erfolgreichen Hit landen zu wollen, mit regionalübergreifenden Radiosendern zusammenarbeiten muss oder mit sogenannten Syndicatoren, die ihre sendefertigen Programme an verschiedene Radiostationen deutschlandweit verkaufen.

Seit der Einführung von MTV und VIVA sind die Musicclips nicht mehr wegzudenken. Musikvideos zu drehen und im TV zu vermarkten ist heute für jeden Künstler Pflicht. Zu bedenken sind immer die Investitionskosten in Bezug auf die hohe Durchfallquote, die jede Plattenfirma zweimal überlegen lässt, ob man für den Künstler so viel Geld ausgibt, vor allem dann, wenn es die erste Single ist und es nicht sicher ist, dass es ein Hit wird. Es ist gleichzeitig ein finanzielles Risiko für das Label. Zusätzlich dreht man sogenannte "Making Off"-Clips oder auch EPK's (Electronic Press Kit), die so aufgebaut sind, dass Teile des Musikvideos gezeigt, Interviewausschnitte miteingefügt oder Informationen zum Dreh selbst eingebaut werden.

Preislich gesehen kosten gute Musikvideos um die ca. 50.000 - 100.000,-- €. Unter 15.000,-- € sollte man das Angebot nicht wahrnehmen.

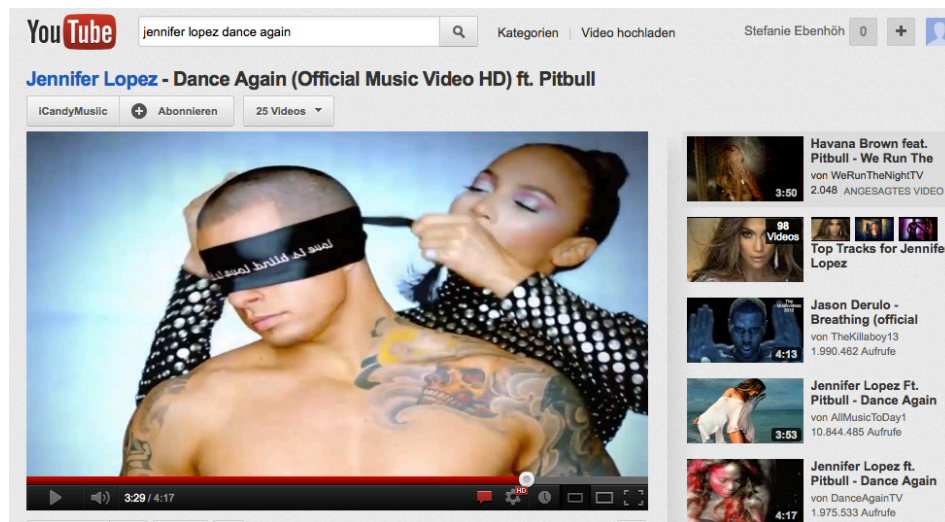


Abbildung 87: Musikvideo - Jennifer Lopez feat. Pitbull - Dance Again

Nicht nur über Musikvideos wird der Künstler im Fernsehen gezeigt, sondern auch über Auftritte in Sendungen. Dies kann auch zu einer teuren Angelegenheit werden. *Wetten daß...?* ist eine gute Partie für den Musiker. Für dieses Format wird die Veröffentlichung des Tonträgers terminlich so für den Handel fertig gemacht, dass die CD's bereits am Tag des Auftritts zum Kauf zur Verfügung stehen. Durch das millionenstarke Publikum und dem verkaufsaaffinen Moderator kann durch Promotionstrategien im Tonträgerverkauf viel Geld gemacht werden. Unterschätzen darf man solche Events nicht, denn was alles an Kosten auf die Plattenfirma zukommt ist immens hoch. Im Vergleich zum Fernsehen ist die Pressearbeit für die Vermarktung soweit hilfreich, da Sie z.B. durch Artikel den Künstler in der Öffentlichkeit als Gesprächsthema hält und somit seinen Bekanntheitsgrad fördern kann. Von Vorteil ist die Geschichte des Künstlers zeitlich so zu legen, dass der Artikel zur Veröffentlichung der neuen Single im Magazin erscheint. Die Presse zeigt meist an Veröffentlichungen von Alben ein nicht sehr großes Interesse. Daher werden in Zusammenarbeit mit dem Produkt Manager & der Promotionabteilung und dem Künstler sogenannte *Aufhänger* kreiert, d.h. es werden Skandale mit dem Künstler in Verbindung gebracht, die nicht der Wahrheit entsprechen. Es muss einfach eine Geschichte her, damit alle, einschließlich der Presse, auf den Künstler aufmerksam werden. Eine weitere Möglichkeit den Musiker zu vermarkten sind z.B. Diskotheken. Die Plattenfirmen haben die Möglichkeit Singles vor Veröffentlichung in den Clubs von DJ's, die sich bereits einen großen Bekanntheitsgrad aufgebaut haben, abspielen zu lassen. Dies dient im Vorfeld für die Werbung des Musiker, um die Reaktionen der Gäste auf die Musiktracks genauer unter die Lupe zu nehmen. Desweiteren wird immer bei neuproduzierten Tracks drauf geachtet eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen. Daher werden Remixe in den unterschiedlichsten Stilen zusätzlich zu dem Track in der Originalversion entwickelt und mit auf die CD's gepackt. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Konzerte, die durch die Konzertveranstalter organisiert werden. Hierbei liegt die Bühnenpräsenz im Vordergrund. In den

meisten Fällen ist der Künstler bereits bei der Veröffentlichung der Single bei dem Konzertveranstalter unter Vertrag, ansonsten kommt die Plattenfirma ins Spiel und vermittelt den Musiker weiter. In gegenseitigem Einvernehmen, das heißt, der Künstler und seine Plattenfirma sowie der Konzertveranstalter arbeiten zusammen an einer geeigneten Lösung, die das Motto des Albums und das Thema für die Tour unter ein Hut bringt. Preislich gesehen ist es für die Plattenfirma ein teures Anliegen, den Musiker im Vorprogramm auf der Tour eines bekannten Künstlers unterzubringen, aber sicherlich eine lohnende Investition. Die Hauptaufgabe des Künstlers ist es auf der Bühne zu stehen und zu agieren. Der wichtigste Bestandteil – die Präsenz vor den Fans.

Angenommen der Künstler ist bereits durch einer Castingshow bekannt geworden. Sein Vorteil gegenüber Musikern, die keine und geringe TV-Präsenz genossen hatten, ist der große Bekanntheitsgrad. Diese Situation ist nicht der Regelfall, somit hat der Künstler in Sachen Vermarktung einen Vorsprung im Vergleich zu anderen Musikern. Durch den Medienrummel mit den Castingshows ist zunächst der negative Aspekt, dass andere Sender bzw. Firmen im Mediensektor abgeschreckt sind und nicht über den Künstler berichten und daher Werbemaßnahmen über ihn außen vor lassen. Sobald klar ist, dass der Musiker über einen längeren Zeitraum Erfolg hat, rücken auch andere Medienanstalten wie öffentlich rechtliche Sender nach und zeigen ihr Interesse am Künstler. Die klassischen und effektivsten Marketingstrategien sind: Funk-, TV-, Kino-Werbung, Anzeigen, Plakatierung und Werbung im Handel. Radiowerbung zu schalten macht nur dann einen Sinn, wenn der Künstler bereits einen großen Bekanntheitsgrad hat und ein breites Publikum anspricht. Da das Anbringen von Werbung so teuer ist und diverse bundesweite Sender dazu eingeschaltet werden, ist zu empfehlen, diese zu nutzen, wenn es sich lohnt. Weitere Werbestrategien sind es Radiotouren durch Deutschland zu starten, um *Meet and Greet*-Termine mit Fans wahrzunehmen und Interviews vor Ort in Radiostationen zu geben. In Verbindung damit, vereinbart man Autogrammstunden und Kurzauftritte bei Saturn bzw. Media Markt, um die CD zu promoten und lässt den Künstler bei Events in verschiedenen Städten auftreten.<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> Vgl. Jahnke (1998) S. 110 - 141



Abbildung 88: Autogrammstunde, DSDS-Gewinner

Wichtig ist immer wieder die Präsenz vor den Fans aufrecht zu erhalten, denn Sie sind schließlich die Zielgruppe im Tonträgerverkauf und diejenigen die die Konzerte besuchen. Was den TV-Bereich angeht sind die öffentlich rechtlichen Fernsehanstalten zu teuer. Im Vergleich zu den Privatsendern können sich diese, kaum vor Werbung retten, das Sie sich ja auch ausschließlich über Werbeeinnahmen finanzieren. Heutzutage nutzt man MTV & VIVA und schaltet seine Werbespots vor Veröffentlichung der Single. Das sogenannte *Singlemarketing* lohnt sich nur, wenn die Single sich in den Charts etabliert und von der jungen musikverrückten Zielgruppe gekauft wird. Der Spot wird meist so gestaltet, dass der Zuschauer genau die Bilder sieht, die auch für das Musikvideo verwendet wurden. Zusätzlich wird die Kinowerbung sehr gerne von den Labels genutzt. Aufgrund der Kosten, die anfallen ist meist nach 1 Woche das Limit erreicht. In diesem Fall gibt es noch eine andere Variante, die Plattenfirmen eine Geldersparnis ermöglicht. Die Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner wie z.B. Media Markt. Der einzige Unterschied zu vorher besteht darin, dass nun Media Markt am Ende des Clips mit präsentiert wird. Eine geeignete Lösung für Plattenfirmen, um den Spot auf eine länger Zeit im Kino laufen zu lassen und weniger Geld dafür auszugeben. Eine gute Sache ist die Printwerbung in Branchenmagazinen wie der Musikmarkt oder –woche. Die Anzeigen dienen der Förderung des Image des Künstlers und werden vor der Veröffentlichung der CD erscheinen. Zusätzlich gibt es in Musikfachzeitschriften CD's von diversen Künstlern, die ihre CD's wie die Rolling Stones, ohne Aufpreis zu verlangen, mit dem Kauf des Magazins anbieten.



Abbildung 89: Musikwoche

Was den Printbereich an Promotion angeht, so hängt das alles vom Typ des Künstlers ab. Ob er nun Popstar ist auf den die Teenager stehen oder eine Zielgruppe verfolgt z.B. ab 18 Jahren aufwärts, ist unterschiedlich zu handhaben. Möglichkeiten für die Präsentation sind Homestories in Zeitschriften wie der *BRAVO* zu veröffentlichen und Interviews als auch Fotoshootings für diverse Hochglanzmagazine zur Verfügung zu stellen.

Eine effektive und in meist sechsstelliger Höhe teure Marketingmaßnahme ist es, für die Konzerte des Künstlers auf der Tour in den Großstädten, die Werbeplakate anzubringen und zu verteilen. Es ist der ideale Ort, um eine breite Menschenmasse anzutreffen, um darauf hinzuweisen. Im Handel haben Studien belegt, dass sich ein Kunde mindestens 8 Minuten in Musikfachgeschäften aufhält. Jeder dritte kauft sich jedoch eine CD, meist macht er es von der Rückseite abhängig.

Werbemaßnahmen im Handel sind z.B. bedruckte Plastiktüten oder Leuchttafeln mit wechselnder Lichteffekte. Einige Labels organisieren Poster oder Deckenhänger, wenn der Musiker selbst persönlich vor Ort ist und eine Autogrammstunde gibt. Handelspartner wie WOM (World of Musik – Musikfachgeschäft) bietet den Plattenfirmen monatlich die Möglichkeit ihre Künstler zum Titelgesicht der *WOM-Kampagne* zu machen. Vom Ablauf her sieht das so aus. Der Künstler ist ein Monat das Titelgesicht des WOM-Magazins, auf Plakaten und Großdekorationen, an Kopfhörern und in WOM-Anzeigen in Stadtmagazinen. Was als Vermarktungskampagne unbedingt mit dabei sein muss, ist die Teaser-Werbung im Funk-, TV- und bei Anzeigen, da durch diese Maßnahme ein hoher Chartentry ermöglicht wird. Auf der Homepage des Künstlers und auf Plattformen wie youtube oder als Werbeclip auf diversen



Internetseiten. Was für Viele unvorstellbar ist, dass der größte Anteil am Erfolg eines Künstlers die Promotionarbeit darstellt. Eine gute Zusammenarbeit seitens der Plattenfirma mit dem Künstler besteht darin, dass zusammen beratschlagt wird, welches Format für welche Promotionaktion sinnvoll ist. Auch für das Merchandising ist ein Kooperationspartner zuständig, der sich mit dem Vertrieb von CD's, Büchern, Kalendern und Parfüms auseinandersetzt. Zusätzlich gibt es auch PC-Spiele über einige Künstler, von dem sich der Konsument detailliertere Informationen einholen und den Erfolgsweg von Beginn der Karriere nochmals live durchleben kann. Besondere Promotionaktionen in denen für Künstler DVD-Special-Editions wie z.B. bei Bushido herausgebracht werden, sind auch keine Seltenheit am Markt. Aufgrund der großen Nachfrage der Fans werden 2 Alben-Editions erscheinen. Eine CD soll so sparsam wie möglich produziert werden und auf die andere DVD wird nicht nur das Album draufgepackt, sondern auch z.B. Giveaways mit in die Special Edition gepackt wie Schlüsselanhänger des Künstlers. Zusätzlich erhält der Käufer Konzertmitschnitte und unveröffentlichtes Bildmaterial auf der DVD. In einigen Fällen der Castingshowgewinnern wird nicht nur der Künstler an sich berücksichtigt, sondern auch der Sender und das dazugehörige Format.

Die Aufgabe des Merchandising ist es zu den Sendungen und Shows im deutschen Fernsehen geeignete Produkte zu entwickeln, mit deren Hilfe sich die Zuschauer eine direkte und noch emotional stärkere Bindung zum Format und dem Künstler schaffen können. Dass sich natürlich über die geschäftlichen Kontakte in der Medienbranche Schauspielerkarrieren ermöglichen, zeigen diese 3 *Celebrities* z.B. Rihanna oder Beyonce Knowles und Justin Timberlake. Außerdem promoten viele Stars heutzutage verschiedene Firmen in diversen Werbeclips, um weitere Präsenz in den Medien zu haben, während Sie an der Arbeit ihres neuen Albums sind wie z.B. Shakira im Seat-Werbeclip.



Abbildung 90: Werbeclip für Seat in Zusammenarbeit mit Shakira

Wie bereits aufgeführt, ist es sehr wichtig eine zeitliche Planung aufzustellen, die einen durch die verschiedenen Projektphasen begleitet.

Zeitraum KW (Kalenderwoche)	Marketingmaßnahmen im jeweiligen Zeitraum
KW 0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abhören der Titel im Vorproduktionsstadium, inkl. Auswahl der ersten Singleauskopplung</li> <li>- Fotoshooting mit dem Künstler</li> <li>- Entwicklung des Vermarktungskonzepts</li> </ul>
KW 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masterabgabe (= fertige Produktion)</li> </ul>
KW 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mastering</li> <li>- Entwicklung der Hüllengestaltung für die CD</li> <li>- Produktion von Vorab-Kassetten für spez. Medienpartner</li> <li>- Erstellen von Pressefotos und Biographie (Pressemappe)</li> <li>- Einholen von Video-Storyboards für die 1. Single</li> </ul>
KW 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interne Präsentation des Produkts (Serviceabteilungen)</li> <li>- Absprache über Kooperation mit Medienpartnern (TV, Presse)</li> </ul>
KW 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fertigstellung des Druckwerks (CD-Booklet)</li> <li>- Fertigungseinleitung von Album und Single</li> </ul>
KW 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswahl der Videoproduktionsfirma zur Erstellung des Musikvideos</li> </ul>
KW 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gratisbemusterung der Single-Vorabauskopplung an ausgewählte Partner bei Funk, TV, Presse und Diskotheken</li> </ul>
KW 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Start der Media-Control-Überwachung der Single Funkeinsätze</li> </ul>
KW 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fertigstellung des Videoclips</li> <li>- Präsentation des Clips in der Playlistsitzung bei VIVA/MTV</li> <li>- Vermarktungskonzept an Vertrieb, inkl. Absprache von Sonderaktionen</li> <li>- Albumpräsentation</li> <li>- Vorabbemusterung des Albums nur an Presse wegen langer Vorläufe</li> </ul>
KW 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akquisitionsstart der Single (Start der Kundengewinnung für die Single)</li> <li>- Start VIVA Playlist</li> </ul>
KW 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veröffentlichung der Single</li> <li>- Veröffentlichungs-Aufhänger (z.B. große Abendsendung)</li> </ul>
KW 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chartentry der Single</li> </ul>
KW 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chartclimbing-Aktivitäten in Handel und Medien</li> </ul>
KW 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorakquisition des Albums</li> </ul>
KW 16	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Start Teasingaktion fürs Album</li> </ul>
KW 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veröffentlichung des Albums</li> <li>- Start der Werbemaßnahmen (z.B. Plakatierung, TV-/Funkwerbungen, Anzeigen)</li> </ul>
KW 18	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bemusterung des Albums an Funk</li> <li>- Chartentry Album</li> </ul>
KW 19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chartclimbingaktionen zum Album</li> <li>- Start Aktivitäten 2. Single</li> </ul>

Abbildung 91: Zeitlicher Ablauf der Projektphasen an dem Beispiel einer Single- bzw. Albumveröffentlichung

Abschließend ist zum Punkt Vermarktung zu sagen, dass die Arbeit eines Künstlers eine Art Kreislauf ist. Denn sobald die erste Platte rausgebracht wurde, der Videodreh im Kasten ist und die Promotiontermine alle erledigt sind, beginnt es wieder von vorne. Sprich die Songs für die Platte werden wieder geschrieben, komponiert und schlussendlich produziert und die Vermarktungsarbeit wird wieder neu geplant.<sup>111</sup>

<sup>111</sup> Vgl. Hartenstein (2003), S.116-141



## **9 Weitere Möglichkeiten für talentfreie Menschen, die trotzdem Spaß am Singen haben und ausleben möchten!**

### **9.1 Erlebnispakete über Jochen Schweitzer buchbar, CD-Produktion vom Profi**

Viele Menschen haben Spaß am Singen und sind leider nicht mit der Begabung eines Profisängers ausgestattet. Das ist aber kein Problem, denn durch Anbieter wie z.B. Jochen Schweitzer oder Ähnlichem ist es möglich sich ein mal in seinem Leben wie ein "Star" zu fühlen. In Form von Erlebnispaketen kann man hier seinen Träumen freien Lauf lassen. "Werde Popstar" ist eine Variante. Keine Castingteilnahme vor einer Jury, die einen mit dummen Sprüchen konfrontiert, ist erforderlich. Nein! Ganz easy ins Studio gehen und Spaß an der Sache haben. Nach nur 90-120 Minuten hält man seine eigen aufgenommene CD in Händen und genießt für diese Zeit ein mal in seinem Leben professionelles Studio-Feeling. Für 129,- € fühlt man sich wie sein Idol und durchlebt die selben Dinge. Von der Vorbereitung zur Aufnahme seines ausgewählten Songs (Playbackaufnahme erforderlich) über das kritische Betrachten und die Verbesserung der eingesungenen Parts im Lied, bishin zur Überarbeitung des Tracks und der schließlichen Herstellung der eigenen CD, wird hier professionell gearbeitet, um dem "Künstler" für eine kurze Zeit das Gefühl zu geben, auf Wolke Sieben zu schweben.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Vgl. Schweitzer (2004)



*Abbildung 92: CD-Aufnahme mit Gesangsunterricht*

Das beste kommt zum Schluss! Das Highlight unter den Paketen ist das package “CD-Aufnahme mit Gesangsunterricht”. Hier hat man nicht nur die Chance im Studio zu zeigen was man kann, sondern wird vor der CD-Produktion von einem professionellen Gesangstrainer gecoacht. Er geht nochmal auf die Einzelheiten wie z.B. das Treffen der richtigen Töne, Rhythmusgefühl und die Atemtechnik ein, um die Studioaufnahme so professionell wie möglich ablaufen zu lassen. Innerhalb von 1,5 bzw. 2 Stunden Gesangstraining und Studioarbeit wird alles aus der Stimme rausgeholt was möglich ist. Unfassbar ist es zu vergleichen was zu Beginn und zum Ende mit der eigenen Stimme passiert, geschweigedenn was aus der eigenen CD-Produktion schlussendlich entstanden ist. Natürlich wird die CD mit dem eigenen Coverbild bedruckt. Gar kein Problem ist, wenn man seine eigenen Fans mitbringt, die einen unterstützen und diesen besonderen Tag mit einem mitverfolgen können. Ein unglaubliches Erlebnis, das Jedermann nutzen sollte, um sich einmal wie Justin Timberlake oder eine Mariah Carey zu fühlen.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> Vgl. Schweitzer (2004)

## 9.2 Nintendo Wii vs. Playstation – SingStar

Sänger aufgepasst! Um den Abend mit Freunden abwechslungsreich zu gestalten und nicht wieder auf Brettspiele zurückgreifen zu müssen, gibt es das optimale Partystimmungsspiel in der Gruppe. Nintendo und Playstation haben es möglich gemacht. Jetzt hat man "Deutschland sucht den Superstar" mitten ins eigene Wohnzimmer gebracht. Partyspaß für alle die gerne singen. Die Packages sowohl für Nintendo als auch für Playstation können in verschiedenen Kombinationen erworben werden.



Abbildung 93: SingStar-Paket

Jedes Packages beinhaltet 2 Mikrophone und eine Spiel-DVD. In Wettbewerben in Gruppen oder in Einzelmatches kann gegeneinander angetreten werden und es gibt natürlich auch eine Jury, die das Ganze beurteilt. Ballermannsongs, Tracks der 90er oder 80er oder aktuelle Lieder können je nach Lust und Laune ausprobiert werden und rauf und runter gesungen werden. Derjenige der die Töne alle trifft und im Rhythmus bleibt, gewinnt die Competition. Je nachdem wie gut die Gruppe oder der Einzelne ist, können die Schwierigkeitsgrade unterschiedlich hoch eingestellt werden.



Abbildung 94: SingStar - Game: Bootylicious

Ein anderer abwechslungsreicher und amüsanter Abend ist einem garantiert, bei dem man nicht nur auf dem Sofa gemütlich sitzt, sondern voll in Action ist. Singstar.com ermöglicht den Usern auf der Homepage ein eigenes Profil zu erstellen, um die neusten SingStar-Songs runterzuladen, die neusten Infos zu haben, sich mit anderen Mitgliedern auszutauschen und die besten Videos von seinen eigenen SingStar-Performances hochzuladen und es der Öffentlichkeit zu präsentieren. Hier kann sich Jeder austoben, der nicht genug vom Singen bekommen kann und es der Öffentlichkeit zeigen will. Nicht nur das. Durch die große Nachfrage der SingStar-Spiele werden regelmäßig mittlerweile öffentliche Wettbewerbe durchgeführt. Hier treten die SingStar-Künstler gegeneinander mit Playstation- bzw. Nintendo Wii-Konsolen an und zeigen ihr Bestes. 2009 veranstaltete Sony im "Sony Center Potsdamer Platz" in Berlin einen SingStar-Wettbewerb mit 4 Kandidaten, die die Chance hatten einen Flug im "Rosinenbomber" oder eine Fahrt im original US-Highschool-Bus zu gewinnen. Die einzige Aufgabe, die Sie zu erfüllen hatten war, sich zwischen 4 Tracks zu entscheiden und einen im Contest zu präsentieren.<sup>114</sup>

2010 hat Sony in Kooperation mit Kiss Fm bei der "Brillant Xmas Session 2010" das talentierteste SingStar-Duett im Bereich Tanz und Gesang gesucht. Hier konnte sich jeder bewerben und zeigen aus welchem Holz er geschnitzt ist. Im Finale standen sich dann 5 Finalisten-Pärchen gegenüber, die gegenseitig um den Hauptpreis, einen Tanzworkshop in der angesagtesten und besten Tanzschule Berlins, gebattelt haben. Entscheiden konnten sich die Kandidaten zwischen "Day `N Nite" (Kid Cudi), "Shut up" (Black Eyed Peas), "If you want me"

---

<sup>114</sup> Vgl. T-Online (2009)

(Pitbull) oder "Don't Cha" (Pussycat Dolls).<sup>115</sup> Diejenigen, die Interesse haben an Wettbewerben oder an Online-Competitions teilzunehmen sollten einfach regelmäßig auf der Homepage von SingStar nachschauen oder sich anhand der Newsletter, die abonniert werden können, auf dem Laufenden halten.



Abbildung 95: SingStar – Homepage

### 9.3 Öffentlich veranstaltete Karaoke Wettbewerbe

Alternativ kann man als Musikbegeisterter auch zu öffentlich veranstalteten Karaoke Wettbewerben gehen und dort sein Hobby ausleben. Momentan gibt es in jeder Großstadt wie Stuttgart viele Karaoke-Wettbewerbe, die in Restaurants, Bars oder sonstigen Veranstaltungsräumen am Wochenende stattfinden. Der Landesjugendreferat der Stadt Eisenstadt veranstaltet momentan einen Karaoke-Wettbewerb, bei dem Jeder teilnehmen kann, der Interesse an Musik hat und ein leidenschaftlicher Hobbysänger ist. Die Vorrunden finden in Oberpullendorf, Jennersdorf, Mattersburg, Oberwart, Eisenstadt und Güssing statt. Sobald diese Runde in einer der Städte erfolgreich bewältigt wurde, geht es zum Finale am 06. Juni 2012 nach Großpetersdorf. Die Anmeldung für den Wettbewerb erfolgt über die Homepage des Landesjugendreferates von Eisenstadt. Eine hochqualifizierte Jury wird hier professionell

---

<sup>115</sup> Vgl. Dorn, Digitale Generation (2010)

entscheiden wer Talent mitbringt, in die nächste Runde geschickt wird und wer nach Hause fahren kann.<sup>116</sup>



Abbildung 96: Karaoke Wettbewerb

Die eine Möglichkeit ist öffentlich über veranstaltete Karaoke Wettbewerbe zu singen. Andererseits ist es durch unseren technischen Fortschritt möglich, online über youtube oder ähnlichen Internetseiten oder Plattformen eine Online-Karaokemaschine zu nutzen. Sei es in Form von Karaoke-Videos auf youtube, myvideo oder Seiten wie Musicway.de. Musicway stellt eine kostenlose Plattform zur Verfügung, über die sich die Nutzer regelmäßig mit anderen Usern austauschen und eigen geschriebene Songs bzw. Lieblingslieder über Telefon bequem von zu Hause aus aufnehmen und diese gegenseitig bewerten können. Die Songtexte zu den verschiedenen Karakettracks bietet Musicway kostenlos ihren Usern an.<sup>117</sup>

## 9.4 Bands

Viele junge Musiker gründen bereits in der Schule Bands und treten mit 14 bzw. 15 Jahren in Jugendhäuser auf. Sie bauen sich eine kleine Fan-Base auf und leben so ihre Leidenschaft zur Musik aus. Was aber nicht heißen soll, dass Jedermann mit 14 bzw. 15 bereits in einer Band sein sollte, der gerne singt oder Gitarre spielt. Mit Hilfe des Popbüros in Stuttgart z.B. wird die Musik- und Medienbranche in Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Kommunikation in Baden-Württemberg seit 2008 gefördert und weiterentwickelt.<sup>118</sup> Das Popbüro bietet verschiedene Workshops an, in denen sich Hobbymusiker und professionelle Künstler weiterbilden können. Unter anderem werden in Montagsseminaren z.B. Kurse zum Thema *Labelgründung & Digitalvertrieb* oder *Studioworkshop: Produzieren am PC* angeboten.<sup>119</sup>

---

<sup>116</sup> Vgl. Landesjugendreferat (o.J.)

<sup>117</sup> Vgl. Musicway (o.J.)

<sup>118</sup> Vgl. Popbüro (2008)

<sup>119</sup> Vgl. Popbüro (2008)



Auch für die Suche nach dem musikalischen Nachwuchs in Baden-Württemberg hat das Popbüro auf der Internethomepage eine Seite eingerichtet, auf der Bands oder Solomusiker eine Anzeige schalten können, um so weitere Musikbegeisterte und passende Partner für die eigenen Projekte zu finden. Hier werden die unterschiedlichsten Altersgruppen und Musiker für verschiedene Genres gesucht. Die Cover-Rock-Band Shame Reaction sucht zur Zeit für ihre nächsten Auftritte eine zusätzliche Sänger/in, die die Band unterstützt. Der oder die zukünftige Sänger/in muss wissen, dass alle Mitglieder der Band ca. 40 Jahre alt sind und alle 2 Wochen proben. Dementsprechend sollte man nun als Hobbymusiker entscheiden, ob erstens die Stilrichtung einer Rock-Cover-Band, das ist was man sich vorstellt und zweitens ob die Gruppe zu einem passt (z.B. Alter der Gruppe).<sup>120</sup> Durch das Popbüro hat man genügend Möglichkeiten, sich als Hobbymusiker weiterzuentwickeln. Zusätzlich bietet das Popbüro in Kooperation mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst für Baden-Württemberg, SWR - Das Ding und weiteren Partnern jährlich für Bands die Teilnahme am landesweiten Live-Band-Förderpreis *Play-Live* an. Eine professionell ausgewählte Jury mit Musikexperten schaut sich bei den Vorauswahlen die Bands nach Genre geordnet an und fällt so die Entscheidung wer zu den 12 Besten des Landes zählt und wer ins Finale kommt. Der Gewinner des Play-Live-Contests erhält nicht nur Geld- und Sachpreise. Die von der Jury als bestausgezeichnetste Band darf bei dem *Southside Festival 2012* spielen und wird an weiteren Bundesförderungsprogrammen dabei sein. Ein tolles Event, um Aufmerksamkeit auf seine Band zu erregen und zu sehen was für Möglichkeiten einem danach geboten werden.

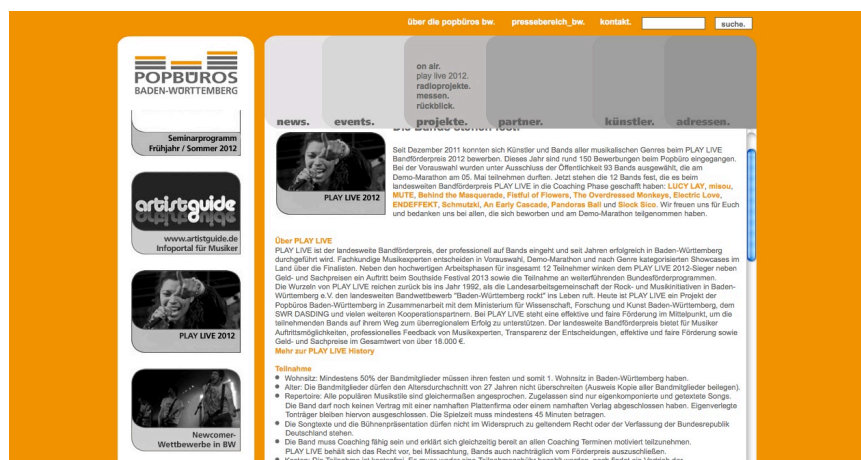


Abbildung 97: Popbüro, Play - Live, Live-Band-Förderpreis

Auch zahlreiche Bands in Groß- bzw. Kleinstädten hängen in Schulen am Schwarzen Brett Ausschreibungen aus oder veröffentlichen Anzeigen in Zeitungen mit dem Betreff: "Suche nach Bandmitgliedern als Sänger oder Instrumentalisten."

<sup>120</sup> Vgl. Popbüro (2008)



# Literaturverzeichnis

## Bücher:

Jahnke, Marlies (1998): Der Weg zum Popstar. Vom Demoband bis in die Top 10., Mainz.

Hilberger, Manfred (1998): Das Rock und Pop Business. Der Weg zum Erfolg!, Bonn.

Hartenstein, Martin (2003): Deutschland sucht den Superstar. Dein Weg ins Musikbusiness., Köln.

Hentschel, Christian (2003): Popstar in 100 Tagen.Tipps & Facts aus dem Musikbusiness.,Berlin.

Schott, Simon (2000): Chartbreaker. So werden Sie Popstar., Mainz

Ebster, C. / Stalzer, L. (2008): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler., 3. überarbeitete Auflage, Wien, Österreich.

## Internetquellen:

Schweitzer,Jochen (2004):

Werde Popstar. URL:

<http://www.jochen-schweizer.de/geschenkideen/popstar,default,pd.html>

(Stand: 09.05.12)

Schweiter, Jochen (2004):

CD-Aufnahme mit Gesangsunterricht. URL:

[http://www.jochen-schweizer.de/geschenkideen/cd\\_aufnahme,default,pd.html](http://www.jochen-schweizer.de/geschenkideen/cd_aufnahme,default,pd.html) (Stand: 09.05.12)

Amazon (1996):

SingStar R&B inkl. 2 Mik – Full Package Product – 1 Benutzer . URL:

<http://www.amazon.co.uk/SingStar-incl-Mik-Package-Benutzer/dp/B000VCVR6S>

(Stand: 09.05.2012)

Digitale Generation (2009):

Volker Dorn, SingStar Contest im Sony Center in Berlin, 14.12.2010. URL:

[http://www.digitale-generation.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11300:singstar-contest-im-sony-center-berlin&catid=1:aktuelle-nachrichten&Itemid=67](http://www.digitale-generation.de/index.php?option=com_content&view=article&id=11300:singstar-contest-im-sony-center-berlin&catid=1:aktuelle-nachrichten&Itemid=67) (Stand: 09.05.2012)

T-Online (o.J.):

Bericht: "SingStar" Wettbewerb in Berlin, 15.12.2009. URL:

[http://spiele.t-online.de/-singstar-wettbewerb-in-berlin/id\\_21046222/index](http://spiele.t-online.de/-singstar-wettbewerb-in-berlin/id_21046222/index)

(Stand: 09.05.2012)

Landesjugendreferat (o.J.):

Karaoke Wettbewerb 2012. URL:

[http://www.ljr.at/html/index.aspx?page\\_url=Karaoke\\_Wettbewerb\\_2012&mid=517](http://www.ljr.at/html/index.aspx?page_url=Karaoke_Wettbewerb_2012&mid=517) (Stand: 09.05.2012)

musicway (o.J):

Karaoke singen bei Musicway, Deine Karaoke Community, 2012. URL:

<http://www.musicway.de/musicway/portal.php> (Stand: 11.05.2012)

Popbüro (2008):

Popbüro, Büro zur Förderung von Populärmusik in der Region Stuttgart, 2008. URL:

<http://www.popbuero.de/index.php?l=%FCber%20das%20popb%FCro> (Stand: 11.05.2012)

Popbüro (2008):

Popbüro, Gesuche, 2012.URL:

<http://www.popbuero.de/seiten.php?l=gesuche&m=1>

(Stand: 11.05.2012)

Popbüro (2008):

Shame Reaction, Shame Reaction: sucht gesangliche Verstärkung, 26.04.2012. URL:

<http://www.popbuero.de/seiten.php?l=events&m=2>

(Stand: 11.05.2012)

GEMA (2010):

GEMA, Die GEMA-Mitgliedschaft, es lohnt sich dabei zu sein, 2010. URL:

<https://www.gema.de/musikurheber/neu-hier/mitglied-werden.html> (Stand: 20.05.2012)

GVL (2010):

GVL, ARTSYS.GVL - Das Online-Portal für Künstler, 2010. URL:

<https://www.gvl.de/gvl-kuenstler-artsys.htm> (Stand: 20.05.2012)

GVL (2010):

GVL, Was ist und was macht die GVL?, 2007. URL:

<https://www.gvl.de/gvl-ueber-profil.htm> (Stand: 20.05.2012)

KSK – Künstlersozialkasse (o.J.):

KSK – Künstlersozialkasse, URL:

<http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/kuenstlersozialkasse/umfangdesversicherungsschutz.php?navanchor=1010008>

(Stand: 21.05.2012)

KSK – Künstlersozialkasse (o.J.):

KSK – Künstlersozialkasse, Die Künstlersozialversicherung, URL:

<http://www.kuenstlersozialkasse.de/> (Stand: 25.05.2012)

KSK – Künstlersozialkasse (o.J.):

KSK – Künstlersozialkasse, Downloadbereich für allgemeine Informationen und Fragen, URL:

[http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/download/Allgemeine\\_Infos\\_Anmeldeunterlagen\\_Kuenstler\\_Pu.php](http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/download/Allgemeine_Infos_Anmeldeunterlagen_Kuenstler_Pu.php) (Stand: 25.05.2012)

IFPI – International Federation of the Phonographic Industry (o.J.):

IFPI, IFPI's Mission, URL:

[http://www.ifpi.org/content/section\\_about/index.html](http://www.ifpi.org/content/section_about/index.html)

(Stand: 03.06.2012)

MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum (o.J.):

MIZ, Musikwirtschaft, URL:

[http://www.miz.org/artikel\\_institutionen\\_vorbemerkungen\\_musikwirtschaft.html](http://www.miz.org/artikel_institutionen_vorbemerkungen_musikwirtschaft.html)

03.06.2012)

(Stand:

Bundesverband Musikindustrie e.v. (2007):

Bundesverband Musikindustrie e.v. – Artikel: Digitale Musikverkäufe legen zweistellig zu, 19.04.2012, URL:

[http://www.musikindustrie.de/aktuell\\_einzel/back/84/news/digitale-musikverkaeufe-legen-zweistellig-zu/](http://www.musikindustrie.de/aktuell_einzel/back/84/news/digitale-musikverkaeufe-legen-zweistellig-zu/) (Stand: 03.06.2012)

Spiegel Online (2012):

Spiegel Online – Artikel: Musikindustrie – Der deutsche Musikmarkt schrumpft nicht mehr, Konrad Lischka, 19.04.2012, URL:

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/musikindustrie-der-deutsche-musikmarkt-schrumpft-nicht-mehr-a-828129.html> (Stand: 03.06.2012)

I-Tunes (2012):

I-Tunes – Singlekauf, 2012, URL:

<http://www.apple.com/de/itunes/download/> (Stand: 03.06.2012)

About.com (2012)

About.com – Music Careers. Article: Big Four Record Labels, Heather Mc Donald, 2012, URL:

<http://musicians.about.com/od/musicindustrybasics/g/BigFour.htm> (Stand: 04.06.2012)

About.com (2012)

About.com – Top 40/Pop. Article: Top 4 Pop Major Record Lables, Bill Lamb, 2012, URL:

<http://top40.about.com/od/popmusic101/tp/majorlabels.htm>

(Stand: 04.06.2012)

Spinner (2012):

Spinner – Music Companies: The Big Four Lables, Linda Laban, 15.10.2009, URL:

<http://www.spinner.com/2009/10/15/music-companies-the-big-four-labels/> (Stand: 04.06.2012)

Focus Online (1996-2012):

Focus Online - Artikel – Neues Castingformat – Der Dieter kann gehen!, Andreas Laux, 30.11.2011, URL:

[http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/neues-castingformat-the-voice-der-dieter-kann-gehen\\_aid\\_688860.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/neues-castingformat-the-voice-der-dieter-kann-gehen_aid_688860.html) (Stand: 04.06.2012)

BZ – Berliner Zeitung (2012):

BZ – DSDS: Die 9. Staffel ist kein Quotenhit., dapd/BZ, 19.01.2012, URL:

<http://www.bz-berlin.de/dsds/dsds-die-9-staffel-ist-kein-quotenhit-article1366639.html> (Stand: 04.06.2012)

Spiegel-Online (2011):

Spiegel-Online – Artikel – “The Voice” schlägt “Das Supertalent”, 25.11.2011, URL:

<http://www.spiegel.de/kultur/tv/tv-quoten-the-voice-schlaegt-das-supertalent-a-799879.html> (Stand: 07.06.2012)

Strategy Compass (o.J.):

Strategy Compass – Ausdrucksmittel in der nonverbalen Kommunikation, URL:

[http://www.strategy-compass.com/?it=Praesentations-Know-how%2FPraesentation\\_halten%2FAusdruck%2FNonverbale\\_Kommunikation](http://www.strategy-compass.com/?it=Praesentations-Know-how%2FPraesentation_halten%2FAusdruck%2FNonverbale_Kommunikation) (Stand: 07.06.2012)

stern.de (2012):

stern.de – Artikel - Laetitia Casta über Sex und TV-Shows, Pure Oberflächlichkeit, die is mir scheiß egal., 01.04.2012, dpa, URL:

<http://www.stern.de/lifestyle/leute/laetitia-casta-ueber-sex-und-tv-shows-pure-oberflaechlichkeit-die-ist-mir-scheissegal-1808057.html> (Stand: 07.06.2012)

Hannoversche Zeitung (2012):

Hannoversche Zeitung – Artikel – Deutschlands nächste Magersüchtige – “Topmodel”-Shows verstärken Risiko von Essstörungen, Nicola Zellmer, 21.02.2012, URL:

<http://www.haz.de/Nachrichten/Medien/Fernsehen/Topmodel-Shows-verstaerken-Risiko-von-Essstoerungen> (Stand:07.06.2012)

Thomann (1996-2012):

Thomann – Studio- und Recordingequipment, 2012, URL:

[http://www.thomann.de/de/studio\\_recording.html](http://www.thomann.de/de/studio_recording.html) (Stand: 07.06.2012)

Audioworkshop (2002):

Audioworkshop – Homestudio Praxis, 2012, URL:

<http://www.audio-workshop.de/modules/news/article.php?storyid=235>

(Stand: 07.06.2012)

Max (2007):

Max – Artikel: DSDS Kids – Alles Falsch?, Julian Rohrer, URL:

<http://www.max.de/pop-kultur/musik/deutschland-sucht-den-superstar-dsds/640171,1,article,Alles-falsch-.html> (Stand: 10.06.2012)

Ringrocker (2001-2012):

Ringrocker, Rock am Ring Band-Contest 2012 - Spielregeln, URL:

<http://www.ringrocker.com/modules.php?op=modload&name=community&file=proberaumregeln>  
(Stand: 10.06.2012)

Hugo-Wolf-Akademie (2010):



Hugo-Wolf-Akademie, Wettbewerb 2012, Repertoire, URL:

<http://www.hugo-wolf-akademie.de/wettbewerb/repertoire> (Stand: 10.06.2012)

Euro Pop Contest (2002):

Euro Pop Contest, Bewerbung, URL:

<http://www.europopcontest.com/europopcontest-2012/anmeldung.html>

(Stand: 10.06.2012)

Sony Music (o.J.):

Sony Music – Demo, URL:

<http://www.sonymusic.de/Kontakt/Demo> (Stand: 11.06.2012)

big Fm (o.J.):

big Fm – NEWCOMER SHOW mit Jenny, URL:

<http://www.bigfm.de/shows/17/newcomer-show-mit-vani/index.html>

(Stand: 11.06.2012)

Facebook (2012):

Facebook, Profil: Sultan Saray, Restaurant in Stuttgart, URL:

<http://www.facebook.com/sultan.saray.restaurant> (Stand: 11.06.2012)

Sultan Saray (o.J.):

Sultan Saray, Monatprogramm Juni 2012, URL:

<http://sultan-saray.de/veranstaltungen.html> (Stand: 11.06.2012)

das jugendhaus mitte (o.J.):

das jugendhaus mitte – Musik, URL:

[http://www.dasmitte.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=94&Itemid=90](http://www.dasmitte.de/index.php?option=com_content&view=article&id=94&Itemid=90) (Stand: 13.06.2012)

Das ABC der Liebe (o.J.):

Das ABC der Liebe – Mission Malle, URL:

<http://www.abcdderliebe.com/?p=03> (Stand: 13.06.2012)

Stuttgarter Wochenblatt (2012):

Stuttgarter Wochenblatt, Artikel – Er baggert jeden Tag 20 Frauen an!, 18.11.2010, URL:

<http://www.stuttgarter-wochenblatt.de/stw/page/detail.php/2712192>

(Stand: 13.06.2012)

Staatliche Hochschule für Musik und darstellende Kunst (o.J.):

Staatliche Hochschule für Musik und darstellende Kunst, URL:

<http://www.mh-stuttgart.de/studium/studiengaenge-musik/> (Stand: 13.06.2012)

Bauer Studios Ludwigsburg (o.J.):

Bauer Studios Ludwigsburg – Musik, URL:

<http://www.bauerstudios.de/de/2/musik.html> (Stand: 13.06.2012)

Musiker sucht (2005-2011):

Musiker sucht, URL:

<http://musiker-sucht.de/> (Stand: 17.06.2012)

Musiker in deiner Stadt (o.J.):

Musiker in deiner Stadt, URL:

<http://www.musiker-in-deiner-stadt.de/> (Stand: 17.06.2012)

Berliner Zeitung (2012):

Berliner Zeitung – Artikel: DSDS Kids - Je schiefer Sie singen, desto größer das Lob., 11.05.2012, URL:

<http://www.berliner-zeitung.de/medien/-dsds-kids--je-schiefer-sie-singen--desto-groesser-das-lob,10809188,15216850.html> (Stand: 17.06.2012)

Soultrip-Band (2011):

Soultrip-Band, Martin, Blago., URL:

<http://soultrip-band.de/martin.php> (Stand: 24.06.2012)

Berliner Morgenpost (2012):

Berliner Morgenpost - Artikel: Wie man mit Youtube berühmt wird – und reich, Heuzeroth/Müller, 17.04.2011, URL:

<http://www.n-tv.de/technik/Reich-und-beruehmt-mit-Youtube-article3038081.html>

(Stand: 29.06.2012)

## Interviews:

Fachgespräch mit dem Musikexperten, Senior Product Manager bei Columbia Four Music, Sony Music Entertainment (s. Anlagen)

Fachgespräch mit Nazley Young, Sängerin, *“Another Girl”*, EMI (s. Anlagen)

Fachgespräch mit Clemens Bittner, Bandmitglied, *Das ABC der Liebe* (s. Anlagen)

Fachgespräch mit Blago Galic, Bandmitglied, *Soultrip* (s. Anlagen)

# Anlagen

## a) Interview mit dem Musikexperten von Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH

### **1. Welcher Weg ist deiner Meinung nach der schnellste und effektivste Weg, um als unbekannter Musiker erfolgreich im Musikbusiness durchzustarten und die Charts zu stürmen?**

**Musikexperte:** Einen Hit. Man braucht einen Hit. Zusätzlich braucht man ein gutes Gesicht und eine gewisse Story. Wenn der Song Radioqualität aufweist, man dazu eine Person findet die gut aussieht und dann noch eine gute Geschichte über die Person hat, die es Wert ist darüber zu erzählen, dann hat man es geschafft. Dann bekommt man auch einen Deal.

### **2. Was muss ein unbekannter Musiker deiner Meinung nach alles mitbringen, um es an die Chartspitze zu schaffen? Läuft heutzutage nur nach Alles über Vitamin B (Kontakte im Musikbusiness)? Ist Talent noch ausschlaggebend? Es geht doch ausschließlich nur noch um die Vermarktung?!**

**Musikexperte:** Wenn man sich es anschaut in der großen breiten Masse, findet man sehr wenig Talent. Aber du hast Leute hinter diesen Statisten, Interpreten wie auch immer, die Hits schreiben können. Music Value, Face Value, Story. Das sind die 3 Sachen von denen man 2 Dinge auf alle Fälle mitbringen muss. Dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass man durchläuft. Als Beispiel: Joe Cocker; Story Value ist sehr hoch. Ein Künstler mit sehr viel Renommee und sehr viel Historie. Er hat ein sehr gutes Album rausgebracht. Sieht nicht besonders aus, aber man hat die Musik und die Story dahinter. Dann läuft das. Bei Silbermond ist das so. Sie haben die Musik und die Hits. Dazu haben Sie eine sehr gutaussiehende Frontsängerin. Die Story dahinter: Sie kommen aus dem Osten und emotionalisieren sind aber nicht regelmäßig in der Gala vertreten. Es geht immer darum in der Breite zu emotionalisieren. Wie z.B. Somewhere over the rainbow, von dem etwas kräftig gebauten Hawaianer. Die Single emotionalisiert und ist ein Hit, da ist das Interesse an der Person, die dahinter steht nicht mehr so wichtig, denn die anderen 2 Dinge, die es ausmachen einen Hit zu landen, sind gegeben. Man bewegt sich immer zwischen diesen 3 Dingen. Nachdem du diese Basis hast, benötigt der Künstler dann nochmal eine Plattform, sei es mit TV-Shows, sei es mit sehr viel Airplay wie auch immer, damit es in die Breite geht. Diese 3 Dinge braucht man als Grundlage.

### **3. Was hältst du von den Castingshows im TV? Überforderung des Zuschauers - zu viele Formate, die dasselbe anbieten? Wie wird sich dieser Weg deiner Meinung nach in Zukunft weiter-**

## **entwickeln? DSDS Kids - Quoten beim Start der 1. Sendung im Keller!**

### **Musikexperte:**

Gute Frage. Casting war am Anfang vor 7 Jahren eine neue Form der Belustigung und der Darstellung von Musik im Fernsehen, vergleichbar mit der Zeit früher im alten Rom. Es gab ja früher die Musikshow Top of the Pops. Früher liefen im Fernsehen ja viel mehr Musikshows als heute. Das wurde heute abgeschafft, weil keiner mehr diese Musikshows sehen wollte. Sie haben sich zu sogenannten Abschaltern entwickelt.

In Deutschland wird immer noch unfassbar viel Musik gehört. Musik ist auch heute noch populär. Die Leute brauchen heutzutage die Geschichte, die Charaktere und die Belustigung mit der Musik zusammen. Casting ist ein adäquates Mittel um Musik und TV zu vereinen. Es hat absolut seine Berechtigung. Was dann natürlich passiert ist, was immer aus so etwas folgt. Das nicht nur einer dieses Format anbietet, sondern der zweite, der dritte und der vierte mit einer ähnlichen Variante folgt. Der Kuchen wird dadurch immer kleiner. Jeder bekommt nur noch kleine Stücke vom Kuchen ab. Wenn man am Anfang sagt, ok, da gab es DSDS und Popstars. So konnten diese beiden sich den Kuchen teilen. Jetzt gibt es so viele Formate und mittlerweile hat jeder Sender zumindest das Format Casting ausprobiert. Fast jeder Sender hat Castingshows im Programm. Es läuft am Markt bedingt. Man sieht eine gewisse Diversifizierung was die Quoten angeht. Die Stücke vom Kuchen werden pro Casting-Format immer kleiner. The Voice kommt jetzt raus. Die haben ein gutes Pushing aus UK und aus Amerika, wo es sehr stark war, gehabt. Ich bin mal gespannt. Das Konzept war am Anfang sehr gut. Nachdem das mit den Drehstühlen vorbei war, sind die Quoten in den Keller gegangen. Dazu gibt es auch Analysen. Danach war es nur noch eine normale Castingshow. Das ist ein ganz wichtiger Faktor bei Casting, die Verlängerung über die Plattform. Wir hatten grade als 2. Schritt das Thema Plattform. Diesen Step können nur ganz bestimmte Sender bieten. Wenn du ein TV-Casting-Act bist, brauchst du eine Verlängerung nach hinten. Sprich du brauchst TV-Shows, in denen du immer wieder auftreten kannst. Z.B. Pro7 mit The Voice haben das. RTL und VOX haben das nur bedingt. Das ist auch ein Grund dafür, warum man die Sieger von X-Factor gar nicht mehr so mitbekommt. Der gefühlte Erfolg ist halt relativ niedrig. Bei ner Ivy Quainoo ist der gefühlte Erfolg recht hoch. Starwatch ist ein Label von Pro7 und Warner Music. Bei Pro 7 heißt es We love. Bei uns heißt es Columbia Seven One und bei Warner heißt es Starwatch. Im Grunde genommen Werbung bis zum Abwinken auf Pro7 und Sat.1. Das können Sie nur deshalb machen, weil Pro7 und Sat.1 unterbucht sind. Sie haben Werbeleerzeiten. Man kann sehr viel werben. RTL ist der Marktführer und ist in Zusammenarbeit mit VOX sehr gut gebucht, d.h. Sie bekommen nicht so viele Werbeslots. Casting macht dann Sinn, wenn du eine neue gute Idee hast, wenn du gute Acts hast und wenn du eine gute Verlängerungsform über eine Plattform hast. Gehaltvoll ist es immer noch nicht und mit Beständigkeit hat es auch nichts zu tun. Das ist eine Geldmaschine. Ein Beispiel noch. David Pfeffer, ein wunderbarer Casting-Künstler hat super emotionalisiert. Die Quote war zu niedrig von X-Factor, um die Brücke aus dieser VOX-Welt zu schlagen. Nach Weihnachten hat es gar keinen mehr interessiert. Er hat zwar noch

eine ausverkaufte Tour gespielt, aber danach ging nichts mehr. Schade, aber ist so. Tough luck.

#### **4. Wie hoch ist die Chance für Künstler, die Demos an Plattenlabels versenden, um von einem Produzent entdeckt zu werden? Vgl. mit den anderen Wegen!**

**Musikexperte:** Ich glaube, dass man heute immer noch, wenn man die richtigen Kanäle findet, vor allem wenn die Kontakte da sind, man die Möglichkeit hat, zu einem Deal zu kommen. Wenn man die Demo-CD jemand in die Hand drückt und es gut ist dann wird es natürlich gehört. Einfach blind an Plattenlabels zu schicken ist natürlich möglich, aber es ist echt eine Flut. Ich weis z.B., dass wir eine Plattform in Frankfurt gemacht haben. Während dem Studium veranstalteten wir eine Talentparty. Wir haben es Hörprobe genannt. Das habe ich quasi mit nach München gebracht. Es wird alle 3 Monate im Ampere in München veranstaltet. Hier bewerben sich die Musiker, Newcomer-Bands, die keinen Plattenvertrag haben. Wir hören uns alles an und entscheiden anschließend. Es gibt Möglichkeiten! So blind die Demo-CD's an die Labels zu schicken, ist sehr schwierig.

#### **5. Wie siehst die momentane Lage im Musikbusiness?**

**-Plattenlabels, „Big Four“ im Vergleich zu den Independent Labels,**

**-zu viele Künstler, die über Castingshows bekannt wurden und für eine kurze Zeit am Pophimmel sind,**

**-Rückgang der Tonträgerverkäufe (Single CD-Markt im Fachhandel wird bald nicht mehr existieren), Zunahme der Downloads, illegal & legal, youtube-converter, illegale Plattformen**

**-Künstler muss sich auf mehreren Wegen vermarkten z.B. Special DVD-Packeges zum Verkauf stellen, Künstler im Bereich Werbung einsetzen z.B. Shakira im Werbeclip für Seat, Parfümserie starten z.B. Rihanna, Beyonce Knowles, Christina Aguilera usw...**

**- Vergleich der Künstler in D, Amerika & England – Jeder geht anders vor, um im Musikbusiness einen Charterfolg zu landen, was ist besser und vor allem führt zum Erfolg?**

#### **Musikexperte:**

- Die EMI wurde von Universal gekauft und EMI-Publishing von der Sony. EMI ist nicht mehr existent. Daher gibt es nur noch die 3 großen Konzerne. Ich glaube die Majors werden immer ihre Berechtigung haben. Wenn du ein Künstler bist mit einem Hit und diese 3 Vorzüge hast, gibt es nichts Besseres als bei einem Major-Label unter Vertrag zu sein, um dich weltweit publik zu machen. Ich kann hier auf den Knopf drücken und



in Indochina wird jemand deine Single hören, wenn ich es will und es gut genug ist. Wir haben von hier aus eine Schaltzentrale in die Welt. Genau das kann ein Independent-Label nicht bieten. Was man aber auch merkt ist, dass Künstler immer autarker werden. Sie bilden eigene Labels, die machen dann Vertriebsdeals. Es gibt auch diese Bewegung, dass Künstler eigene Videoproduktionsfirmen gründen und daher sehr viel selbst machen. Sie brauchen aber immer noch den Vertrieb über die Labels. Der physische Vertrieb ist in keinem Land so stark wie in Deutschland. Physische CD's werden hier noch im Einzelhandel gekauft. Digitale Downloads haben eine Quote von ca. 30%. Insgesamt werden 70 % über Online-Portale wie z.B. Amazon und im Einzelhandel physisch gekauft. In anderen Ländern wie Amerika und UK werden bis zu 60 bzw. 70 % digital gekauft. Solange man noch diesen Unique Selling Point (USP) hat, dieses Alleinstellungsmerkmal am Markt mit physischen CD's (Abhebung des Angebots vom Wettbewerb, hier: die physische CD), das Know-how vom Product Manager, A and R's & Vertrieb und Geld, um Sachen zu pushen und man genügend Kontakte hat, so lange wird es die Majors noch geben.

Ich denke nicht, dass die Independent-Labels von den Major-Labels aufgekauft werden. Die haben es auch schwer. Der ganzen Industrie geht es nicht gut. In Relation zu uns geht es den Indies noch viel schlechter, weil Sie natürlich kämpfen müssen. Aufgekauft werden die Künstler der Independent-Labels von den Majors nur in ganz wenigen Fällen. Entweder der Künstler kommt direkt zu einem Major-Label oder wie in manchen Fällen sagt er auch, dass er zu einem Independent-Label möchte. Oder er macht es selbst. Um da nochmal die Brücke zu schlagen. Wenn du ein Künstler bist der digital sehr affin ist, kannst du eigentlich sehr viel selber machen, solange du gute Leute um dich herum hast. Du brauchst halt einfach ein funktionierendes Team.

- Die No Angels waren die Ersten. Das ging einfach durch. Die sind jetzt auch durch. Von den Mädels arbeitet jetzt die Eine bei Radio Energy, die Andere versucht sich nochmals bei Popstars. Die Dritte war groß in der Presse vertreten bzgl. AIDS. Bei dem Act kenne ich die ganzen Mädels und die sind halt einfach echt durch. Ich kenne keinen guten Fall bei Casting-Acts. Leute machen es immer noch. Ich glaube nicht, dass durch solche Shows ein langfristig stabiler Act rauskommt. In Deutschland für Deutschland. Andersrum ist es natürlich aus dem Ausland für Deutschland kommende Künstler wie Leona Lewis und Kelly Clarkson etc.. Das sind Acts die von den Deutschen super aufgenommen.

- Ich glaube, dass in Deutschland physische Alben nach wie vor gekauft werden. Es wird aber abnehmen. Das ist meine Meinung. Die Single wird bzw. ist schon tot bis auf Fanprodukte. Bei Silbermond z.B. wird die nächste Single eine Premium-Edition werden mit recht viel Content für den Fan. Wenn du Künstler hast mit einer hohen Fanbindung, dann machst du das noch. Du produzierst nicht nur physische Singles, weil Sie diese kaufen, sondern weil diese mit in die Bewertung der Wertecharts einfließen. Das Wertesystem läuft nach Endverbraucherpreis. Um so teurer dein Produkt, umso mehr zählt es in die Charts rein. Du multiplizierst den Wert der CD mit einem Faktor des Händlers (z.B. von Saturn) und der daraus resultierende Wert fließt in die Charts ein. Das Ende vom Lied ist. Du entwickelst die Single-CD noch, weil Sie durch den

Verkauf dem Künstler eine höhere Chartsplatzierungsposition ermöglicht, als durch den Kauf eines Downloads. Es geht vielleicht noch 12 Monate, in denen es die physische Single gibt. Dagegen wird das physische Album noch länger am Markt bleiben. Sogar die Vinyl kommt wieder, das finde ich ganz interessant. Das Leute wieder verstärkt Vinyls kaufen. Im Endeffekt glaube ich, dass Kombi-Angebote und Streaming-Dienste die Zukunft sind. Ich bin ein ganz großer Spotify-Fan. Ein großartiger Dienst. Du kannst dir da alles anhören. Dieses besitzen wie es früher war, ist nicht mehr wichtig. Zumindest geht es mir selber so. Ich will gar nichts mehr besitzen. Ich möchte nur noch mit dem I-Phone Musik hören, wenn ich Lust habe. Ich glaube, dass wird sobald Spotify mit einem großen Telekommunikationsdienstleister zusammenkommt und du dieses Paket in Kombination mit deinem Handyvertrag kaufen kannst der Trend werden. Das ist meiner Meinung nach die Zukunft.

- Für den Künstler ist es ein finanzieller zusätzlicher Verdienst durch werbetechnische Maßnahmen wie Werbung für einen Automobilfirma zu machen. Es wird sowohl dem Label als auch dem Künstler und dem Automobilkonzern finanzielle Einnahmen ermöglichen. Für den Tonträgerverkauf des Künstlers hat es keine Auswirkung. Was eine Auswirkung hat, wäre wenn man einen Sync-Deal macht. Das bedeutet, wenn man in einer Werbung als Künstler mit seiner Musik vertreten ist. Als Beispiel war Alex Clare in der Vodafone-Werbung mit Too Close. Wenn es emotionalisiert wie in diesem Beispiel, sind wir wieder bei den 3 Anfangsbestandteilen Story, Song und Gesicht. Das Gesicht hat er jetzt nicht so, aber er hat die Story über den Vodafone-Spot und er hat den Song. Die beiden Sachen haben gegriffen und das Album ist auf Platz 1 gegangen. Die Single denke ich auch. Du hast dann wieder diese Plattform, sei es über die Werbungspots, sei es über TV-Shows oder das Radio.

- Jedes Land hat seine eigenen Gesetzmäßigkeiten. Es gibt kein besser oder schlechter. Jedes Land funktioniert an sich anders, wobei ich glaube ein Hit ist ein Hit in jedem Land. Ein Jamiroquai ist in UK stark und dann auch weltweit stark. Es gibt schon Gründe dafür, warum Künstler weltweit erfolgreich sind. Weil Sie auch einfach gut sind. Vor allem wenn Sie über eine längere Zeit erfolgreich sind. Rihanna hatte z.B. auf ihrem letzten Album 8 Singles drauf gehabt. Adele 5 Singles. Wenn man Alben mit 5-8 Singles hat, ist es ein Monsteralbum. Das sind wirklich so Sachen, die man nicht oft hat. Aber wenn man Sie hat, haben Sie die Berechtigung weltweit abzugehen.

## **6. Was sollten Künstler bei Vertragsabschluss und Start im Musikbusiness beachten, um nicht hintergangen und abgezockt zu werden?**

### **Musikexperte:**

Es gibt einfach so viele Sachen wo man viel hin- und herschieben kann z.B. mit Vorschüssen und Lizenzen. Eine Sache: Man sollte nicht nur auf den Vorschuss achten. Meistens gibt es einen Vorschuss von z.B. 100.000,--€. Dann bekommst du eine Lizenz, die einmal höher und niedriger ist. Sie ist abhängig von der Vertragsart z.B. bei

einem Bandübernahmevertrag oder Künstlervertrag. Die Lizenz, die man bekommt ist pro Tonträger zu sehen. Das läuft dann quasi gegen den Vorschuss, den man erhalten hat. So lange, der Gewinn aus den verkauften Tonträgern nicht den Vorschuss von 100.000,-- € erreicht hat, bekommt der Künstler den Gewinn aus der zugeteilten Lizenz nicht. Sobald der Verkauf der Tonträger über die 100.000,--€ fällt, erhält der Künstler den Gewinn aus seiner Lizenz, da der Vorschuss von der Plattenfirma bereits mit dem Gewinn aus dem Tonträgerverkauf verrechnet wurde. Es ist nicht immer so wichtig wie hoch der Vorschuss ist, sondern wie hoch die Reduzierungen sind und was noch weiteres anfällt. Wie stark ist das Team?! Ich glaube Teams, gute Ideen und gute Kompetenzen werden immer wichtiger in Plattenfirmen. Vor allem der Belief. Es gibt tausend Künstler. Wir sind noch ein Label, wir kümmern uns um unsere Künstler.

## **7. Was gibst du jungen Musikschaaffenden mit auf den Weg, die erfolgreich den Musikmarkt rocken möchten?**

**Musikexperte:** Stay hungry, stay foolish!

Links: <http://www.sonymusic.de/>

**Persönliches Interview bei Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany GmbH in München: 18.06.2012, 14:26 Uhr – 14:58 Uhr**

**Einverständnis zur Veröffentlichung des Interviews in der Bachelorarbeit von Stefanie Ebenhöf:**



---

Columbia Four Music, Sony Music Entertainment Germany

## **b) Interview mit Nazley Young, Projekt: Demo-CDs mit eigenproduzierten Songs an Plattenfirmen versendet**

### **1. Beschreibung des Projekts:**

**Nazley:** Mit 5 Jahre habe ich mit der Musik angefangen und bin zusammen mit meinem Papa aufgetreten. 6 Jahre später habe ich eine eigene Jugendband gehabt, mit denen ich Musik in Richtung 90er-Pop und Rock `n Roll machte. Wir hatten jede Woche Auftritte und übten nicht wie andere Bands nur in Proberäumen. Meinen Gesangsunterricht startete ich mit 14 bzw. 15 Jahren und baute mir in Zusammenarbeit mit dem Gesangs- und Sprechdozenten der Schauspielschule in Stuttgart ein Repertoire auf. Von da an wurde es mit der Musik ernst für mich. „Aus diesem Talent muss man was machen, kann ja nicht sein, dass du nur zuhause rumträllerst“, so der Gesangscoach. Daraufhin veranstalteten wir Jazz-Gigs. Durch die guten Kontakte meines Gesangscoachs traten wir für 2 Stunden bei Geburtstagsfeiern von diversen Politikern auf. Mein Dad ist ganz penetrant in die Eventmanagement vom Mercedes-Benz-Forum gegangen und sagte: „Meine Tochter kann ganz toll singen. Während er die CD auf den Tisch knallte meinte er : Sie müssen sich diese CD von meiner Tochter jetzt anhören, während ich hier stehe. Daraufhin meinte der Chef des Evenmanagements: „Es tut mir leid, aber ich habe momentan keine Zeit!“. Mein Papa meinte nur dazu: „Ich kann warten, ich habe Zeit mitgebracht“! Du verstehst nun, warum ich bin so wie ich bin. Mein Papa sagte nochmals: „Sie müssen sich das unbedingt anhören, meine Tochter kann richtig gut singen. Ich weiß, dass Sie hier regelmäßig Konzerte veranstalten und Sie kann doch gerne mal als Vorgruppe bei einem ihrer Acts auftreten!“ Mein Vater hat eine sehr lustige Art an sich und hat es humorvoll übergebracht. Tatsächlich hat sich der Eventmanager die CD sofort angehört, weil er auch meinen Vater loswerden wollte. Dadurch dass der Eventmanager so begeistert war, nahm er mich als Vorgruppe für das bevorstehende Konzert von Joe Cocker, bei dem ich eine halbe Stunden lang Jazz-Musik machte. Nach dem Konzert arbeitete ich mit unterschiedlichen Produzenten im Studio zusammen, die sich entweder an mich rangemacht haben oder mir irgendwelche Knebelverträge unterjubeln wollten, in denen ich mich für 10 Jahre verpflichten sollte nur für dieses Label zu arbeiten und keinerlei Rechte hatte. Außerdem sollte ich eine schlechte Vergütung bekommen und keinerlei Beteiligung z.B. an der Plattenproduktion haben. Die größte Enttäuschung war, dass sich immer wieder sei es die Musiker oder die Produzenten an mich rangemacht haben. Durch diese Erfahrungen, war ich so frustriert, dass ich sagte, ich mache nie wieder Musik und fing an die Musik zu hassen. Für 2 Jahre kehrte ich der Musik den Rücken zu. Nicht mal unter der Dusche habe ich für mich gesungen. Kurz vor meinen Abiturprüfungen habe ich alles hingeschmissen und bin von der Schule abgegangen.

### **Aus welchem Grund?**

**Nazley:** Ohne Musik bin ich fast umgekommen. Mein eigentliches Ziel war es Medizin zu studieren. Vom Notendurchschnitt wäre ich erst mal auf der Warteliste gestanden

und hätte irgendwann das Studium bekommen. Für mich war das alles sinnlos, weil im Vordergrund die Musik für mich stand. Zu diesem Zeitpunkt wusste ich auch nicht wirklich wer ich bin und was ich eigentlich will. Das war alles ein bisschen entgleist. Ich habe mir dann heimlich einen Job gesucht und kellnerte bei Danny's Bar and Grill, während meine Eltern glaubten ich wäre noch brav in der Schule. Dort spielte Jimmy Love mit seiner Band. Davor muss ich noch was einwerfen. Bevor ich das Abi geschmissen habe, nahm ich am Popstars-Casting (1. Staffel-No Angels) teil. Meine Mutter ist das Herz gebrochen, weil ich keine Musik mehr gemacht habe. Daraufhin meldete Sie mich heimlich zum Casting an. Ihr großer Plan für mich: Ich sollte Musikerin werden. Damals war die Anmeldung mit einem größeren Aufwand verbunden als heutzutage. Mitunter musste man eine Demo-CD, die Anmeldeunterlagen und eine Übersicht über die musikalischen Erfahrungen miteinschicken. Nachdem ich angenommen wurde, bin ich bis unter die letzten 30 Teilnehmer, die nach Mallorca fliegen durften, gekommen. Bewegungstechnisch bin ich nicht völlig unfähig, aber benötige Zeit tänzerisch eine Choreographie zu erlernen und umzusetzen. Ich sehe mich absolut nicht als Tänzerin. Dort war ich unter den ersten 10, die wieder nach Hause geflogen sind. Mir wurde doch tatsächlich gesagt, dass ich nicht tanzen und singen kann und es tut ihnen sehr leid. Ich meinte dazu nur, dass ich es ok finde. Mir ist bewusst, dass ich nicht tanzen kann. Aber zu sagen, dass ich nicht singen kann ist definitiv nicht gerechtfertigt. Mag sein, dass ich bestimmt nicht die beste Sängerin bin, aber mir gerade sagen zu wollen, dass ich gar nicht singen kann, das stimmt nicht. Sagt mir lieber, dass ich nicht euer Typ bin oder es einfach nicht passt, denn das ist Blödsinn. Ich weiß, dass es nicht so ist. Das war eine interessante Erfahrung. Mit 4 Mädels, die sich auch unter den letzten 30 Teilnehmern beim Popstar-Casting befanden und aus der Stuttgarter Umgebung kamen, hab ich mich danach noch getroffen und lernte so Danny's Bar and Grill kennen. So kam ich dann zu meinem Nebenjob erst tagsüber und dann übernahm ich auch die Abendschichten. Durch Danny's Bar and Grill kam ich dann wieder auf den Geschmack mit der Musik. Meine Mädels haben sich dann an einem Abend mit Jimmy und seiner Band unterhalten und meinten nur, dass ich auch singe und er mich doch auf die Bühne holen sollte. Jimmy holte mich dann auch auf die Bühne. Der Reiz war wieder da auf der Bühne stehen zu wollen und mit Powerliedern wie Songs Anastacia oder Tina Turner dem Publikum einzuheizen. Das war wieder ein Erfolgserlebnis für mich. Jimmy hat mich eingeladen, um ein Demo mit ihm aufzunehmen. Er machte ein Song mit mir, den er zuvor mit Cassandra Steen ausgearbeitet hatte, die aber dann den Plattenvertrag bereits bei „3 P“ Moses Pelham unterschrieben hatte, World of love. Im Laufe der Zeit nahmen wir noch weiter 2 Titel auf und sendeten die fertige Demo-CD an diverse Plattenfirmen. Innerhalb kürzester Zeit meldeten sich 3 Labels. EMI zeigte bereits nach einer Woche großes Interesse und wollten sich sofort mit mir und Jimmy treffen. „Another Girl“ wurde veröffentlicht und ein Album war in Planung. Aufgrund der internen Umstrukturierung des Labels, lief die Planung den Bach runter. Als Vorgruppe von Sarah Connor habe ich die halbe Europa-Tour mitgemacht. Das war sehr cool. Das negative war, dass der Release der Single vor Tour-Beginn starten sollte und durch das Durcheinander der internen Umstrukturierung, verplante das Marketingteam diese Angelegenheit und so konnte die Single erst nach der Tour im Einzelhandel gekauft werden. Tausende Fans kamen auf mich zu und wollten eine CD kaufen. Das war so schlimm für mich. Ich musste ihnen sagen, dass erst in 4,5 Wochen die CD rauskommt. Die Teenies kaufen bei Konzerten immer gleich die CD's in einer Woche interessiert es Sie schon gar nicht mehr. Das war schade, dass ist echt

schief gelaufen. Im Nachhinein ist es besser, dass es so gelaufen ist. Wer weiß, wie gut es noch musikalisch gelaufen wäre. Wer weiß wie hoch es mich gebracht hätte und genauso tief wäre ich dann auch wieder gefallen.

## **2. Welche Voraussetzungen hast du mitgebracht?** s.o. Punkt 1

## **3. Wie ist der eigene produzierte Song in Zusammenarbeit mit Jimmy Love zustande gekommen?**

**Nazley:** „Another Girl“ war Jimmy’s Idee. In unseren Projekten kommen die meisten guten Ideen von Jimmy. Ich weiß nicht mehr genau wie er auf die Idee gekommen ist. Die Melodie von „Another Girl“ ist die von dem klassischen Musikstück „Für Elise“ (Beethoven). Da jeder Mensch diese Melodie kennt, egal ob er nun auf Hip Hop steht oder nicht, die Stimme nicht so toll findet, jeder wird dran hängen bleiben, weil es einfach ein Ohrwurm ist. In dieser Zeit war das auch grade Trend. Jimmy hat den Song komponiert und getextet. Ich habe den Rap-Text miteingebracht.

## **4. Vorgehensweise im Projekt / Was für ein finanzieller Aufwand entstand für dich/euch?**

**Nazley:** Die Demo-CD wurde mit 3 Tracks fertiggestellt und an die Plattenfirmen versendet. EMI meldete sich nach nur einer Woche.

Wir hatten an finanziellem Aufwand nur die Studiokosten und der zeitliche Aufwand der in dieses Projekt investiert wurde. Die Fotos haben wir selber gemacht. Das Projekt ist nun 10 Jahre her. Das kann man gar nicht mehr mit den heutigen Verhältnissen vergleichen. Da lief noch alles ein bisschen anders ab.

## **5. Wie kam der Plattenvertrag zustande?**

**Nazley:** Nachdem sich EMI eine Woche nach dem Demoversand meldete, wollten Sie mich und Jimmy sofort kennenlernen. Der Vertrag wurde bereits entworfen. Es war nicht so, dass Sie erst mich kennenlernen wollten, um zu schauen, sondern für Sie stand es klar fest, dass Sie mich unter Vertrag nehmen wollten.

## **6. Wie lief die Zusammenarbeit mit dem Plattenlabel EMI ab? Was forderten Sie von dir als Künstler?**

**Nazley:** Wir hatten ein Produzententeam. Jimmy, Joschi Kaufmann und ich. Was das Mitspracherecht anging, so komponierten und schrieben wir zu 3. die Songs.

In Sachen Image hat sich mein Management mit der Plattenfirma zusammen getan und in dieser Sache nicht mir den Rücken gestärkt, sondern hat versucht mich was die Kleidung betrifft und das Äußere angeht, zu manipulieren. Des weiteren sollte ich mir eine Geschichte zu meinem Künstlernamen überlegen, um das ganze spektakulär rüber zu bringen. Das war nicht so toll.

## **7. Konnten weiterhin eigene Songs produziert und veröffentlicht werden? Musstest du von der Plattenfirma vorgeschriebene Songs singen? bzgl. Image bzw. kein Mitspracherecht in der Songauswahl!?**

**Nazley:** Das Album war fast fertig, wurde aber nie veröffentlicht. Die Vermarktung des Projekts ist so in die Hose gegangen. Daraufhin haben wir uns schnell ausgeklinkt. Vor allem wollten Sie unser RnB/Hip Hop-Projekt in ein Rock-Pop-Projekt umwandeln. Dann machen wir das lieber auf unserem eigenen Weg oder in Zusammenarbeit mit jemand Anderem.

## **8. Erfolg - Wie hat sich dieser ausgewirkt?**

**Nazley:** Während des Vertrages und im Zuge der Europa-Tour als Vorgruppe von Sarah Connor haben wir auf allen Festivals mit 8-20.000 Zuschauern, die im Sommer veranstaltet werden, gespielt. 2000 und 2001 lief sehr gut. Erfolg ist immer relativ. Wenn man bedenkt, dass das Marketingteam keine gute Arbeit leistete, wir trotzdem in der ersten Woche in den Singlecharts auf Platz 82 eingestiegen sind. Für uns war das schon ein großer Erfolg. Der Fakt ist, dass bis heute Personen aus den unterschiedlichsten Ländern, das Lied kennen. Geschäftlich lernten Jimmy und ich einen Mann aus Amerika kennen, der „Another Girl“ als gemeinsamen Song von seiner Frau und ihm bezeichnete. Ein großer Radiosender an der Ostküste in Amerika hat die Single von „Another Girl“ von einem Freund von Jimmy erhalten und spielte es täglich 3 Wochen am Stück als Listener's Choice-Track. Ein völlig fremder Song konnte die komplette Ostküste in Amerika über den bekannten Radiosender erreichen. Das waren für uns die Erfolgserlebnisse. Alles andere ist nur gemacht, viel manipuliert und viel von der Firma eingekauft. Das kann jeder machen. Im Vergleich dazu war das unser Erfolg. Es beruht allein auf unserer Leistung. Das war für uns genug und damit waren wir glücklich. Darüber muss man sich freuen, denn es ist vielleicht mehr, als was andere jemals in ihrem Leben erreichen werden.

## **9. Entwicklung der musikalischen Karriere!**



**Nazley:** Ich habe relativ viele kleine Live-Gigs gemacht und damit gut Geld verdient. Es ging dabei hauptsächlich um Geld zu verdienen und weiterhin auf der Bühne präsent zu sein und nicht aus der Übung zu kommen. Das ist echt wichtig. Auf das Drängen meiner Mutter habe ich dann bei Deutschland sucht den Superstar mitgemacht. Davor nahm ich nochmals bei einem Popstar-Casting teil, bei dem ich für Nu Pagadi genommen werden sollte, jedoch ablehnte, weil der Vertrag so grausam war. Das Popstars-Team hatte sehr großes Interesse an mir. Hätte ich im Vorfeld gewusst was das für ein Projekt wäre und auf was das hinauslaufen würde, wäre ich nicht zum Casting gegangen. Bei fast allen Castingshow-Gewinnern der letzten 6 Jahre waren die Acts ein halbes Jahr in aller Munde und in jeder TV-Sendung bzw. im Radio vertreten und danach kräht kein Hahn mehr nach Ihnen. In solchen Sendungen wird nur noch die Show an sich vermarktet, es geht gar nicht mehr um die Künstler. Man konnte durch die erste Popstars-Staffel an der ich teilnahm und der Staffel für Nu Pagadi deutlich den Unterschied erkennen. Früher haben Sie die Künstler bis auf den letzten Tropfen gemolken und haben alles aus den Acts rausvermarktet und heute steht die Show im Vordergrund und nicht mehr die Musiker. Heute ist der Star der Show Dieter Bohlen und nicht mehr der Künstler der zum Schluss gewinnt. Es bringt die als Künstler nirgendwo hin. Ein paar Künstler aus Stuttgart sind zu „The Voice“ gegangen und sind ausgeschieden. Für die Fans bzw. das Publikum aus Stuttgart versagt man in dem Moment, denn dann wird es heißen der hat bei der Show mitgemacht und ist als einer der Ersten rausgefliegen. In dem Moment hat das Publikum einen schon abgestempelt und so hingestellt als hätte man kein Talent.

Man kann das heutzutage auch nicht mehr als Promotionstrategie nutzen. Heute muss im Vorfeld ein Vorvertrag unterzeichnet werden, in dem man sich für 2 Jahre bereit erklärt nichts zu veröffentlichen und ist somit außer Gefecht gesetzt, egal ob man gewinnt oder nicht. Klever. Eine weitere Single wurde in Zusammenarbeit mit einem Produzenten veröffentlicht, der sich aber als Niete rausstellte. Wir dachten es wäre eine gute Idee, denn er stellte das Studio zu Verfügung und im Gegenzug wollte er den Track gemeinsam mit uns produzieren. Er meinte, dass wir musikalisch viele Freiheiten hätten, was aber dem nicht so war und es zum Schluss beschissen abgemischt wurde. Durch solche Erfahrungen haben wir auch draus gelernt. Inzwischen ist es mir lieber, wenn ich gar nix musikalisch mache, bevor nur die totale Kacke veröffentlicht wird. Vor allem, wenn du im Nachhinein selbst sagen musst, um Gottes willen und das repräsentiert mich jetzt? Man kann es aber auch so sehen, dass man wenigstens eine CD veröffentlicht hat, die einen momentan repräsentiert. Wenn es wenigstens nicht qualitativ so ist, dass du es für in Ordnung findest, dann frag ich mich wofür ich es gemacht hab und soviel Zeit und Energie da rein investiert hab. In der Zeit hätte man auch arbeiten gehen, das Geld zusammen sparen und es am Ende selbst veröffentlichen können. Vor allem dann hätten wir es so machen können wie wir wollten und es qualitativ auf einem bestimmten Stand produzieren. Daraus lernt man.

## 10. Tour? Deutschlandweit, Europa?

**Nazley:** Ein Auftritt als Vorgruppe bei dem Joe Cocker Konzert. Als Vorgruppe bin ich auf der halben Europa-Tour von Sarah Connor knapp 3 Monate dabei gewesen.

## 11. Welche Schwierigkeiten und Probleme traten auf?

**Nazley:** Das Giftigste bzw. Schlimmste was dir als Produzent oder Künstler passieren kann ist, wenn im eigenen Team die Leute nicht an einem Strang ziehen. Das ist immer wieder auf unterschiedlichen Seiten des Projekts aufgetreten. Es ist tödlich für die Kreativität, für den wirtschaftlichen Aspekt einfach für Alles. Das hat uns zum Schluss dazu bewegt alles abzubrechen. Lieber arbeiten wir zu 2. und machen so viel wie nur geht. Zum Schluss haben mich diese Erfahrungen dazu gebracht, dass ich als einziges Mädels unter 33 Jungs Toningenieur studiert hab. Ich hab ein sehr gutes Gefühl dafür, wie etwas klingen muss. Man wird als Frau in diesem Bereich sowieso abgestempelt, weil man ja keine Ahnung von diesem Bereich hat. Auch solche Vorurteile zu haben, dass man als Frau nicht wüsste an welchen Knöpfen man rumdrehen muss, darf man sich anhören. Es ist wichtig so viele Informationen zu sammeln und zu recherchieren wie möglich, für Kompromisse offen sein, aber sich nicht immer alles sagen lassen. Das ist tödlich.

## 12. Finanzielles – Kann man hauptberuflich gut vom Musik machen leben?

**Nazely:** Den Beruf des Musikers kann man hervorragend hauptberuflich machen und unheimlich viel Geld damit verdienen. Das Wichtigste ist zu wissen, wie man sich selbst vermarktet und dies umsetzt. Sogar wenn man sich nur einem Produzenten einem Plattenlabel oder einer Eventagentur vorstellt, muss man sich im Gespräch so qualitativ gut vermarkten, dass die Firma in dem Glauben ist, dass es nichts Besseres am Markt draußen gibt außer mich. Ohne den Überflieger zu machen. Man muss sich seiner Sache und seiner Leistung sicher sein. Es ist nicht einfach. Daraus resultiert, dass man an sich als auch alles was mit der Musik zusammenhängt hart dran arbeitet. Ich arbeite mit sehr vielen Musikern zusammen, die sich überhaupt nicht vermarkten können. Sie sind nicht in der Lage sich selbst zu vermarkten oder geschweige denn bei einem Konzert ins Mikro sagen, dass man die CD am Eingang kaufen kann. Des Weiteren können Sie nicht ihre Preise aushandeln oder mit Geld umgehen. Wenn ich Geld verdienen will, dann muss ich Kompromisse eingehen, sehr hart arbeiten und man selbst bleiben. Jedoch ist es wichtig, das zu machen was die Leute haben wollen. Wenn ich heute in Clubs spiele und mit meiner Band auftrete, wollen die Leute keine Musik, die Sie nicht kennen. Sie wollen ihre Lieblingssongs hören.

Auf dieser Schiene kann man hervorragend Geld verdienen. Möchte man nun mit seiner eigenen Musik Geld verdienen, gehört dazu viel Arbeit, ein festes Image zu haben und sich gut vermarkten zu können. Es geht schlussendlich immer nur um die Vermarktungsstrategie. Ich kann die größte Scheiße veröffentlichen und das vermarkten.

### **13. Was machst du heute? Bist du noch hauptberuflich im Musikbusiness unterwegs?**

**Nazley:** Hauptberuflich mache ich es im Moment nicht. Ich bin schon mein Leben lang beruflich zwei- oder mehrgleisig gefahren. Wichtig war es mir, so lange ich nicht 100% Musik hauptberuflich mache, ein festes monatliches Einkommen zu haben und habe mir einen Job, den ich von zu Hause aus flexibel machen kann gesucht. Hier kann ich meine Zeit besser einteilen. Momentan bin ich dabei mein Album endlich fertig zu machen. Eigentlich sind es 3 Alben, da ich selbst 40 eigene Songs geschrieben und produziert habe. Für mich habe ich das Songschreiben, das Produzieren und Arrangieren entdeckt. Meine eigenen Sachen habe ich durch den Chor hinten angestellt und danach geschaut, dass ich in meinem Übersetzerjob gut Fuß fasse. Jetzt bin ich endlich wieder soweit, um wieder gut einzusteigen. Nach Indien werde ich mein Album fertig. Mit spätestens 30 habe ich mir geschworen ein Album zu veröffentlichen, dass man wenn auch „nur“ über I-Tunes kaufen kann.

Man muss immer was machen und ein Produkt auf dem Markt haben, um aktiv zu bleiben und präsent zu bleiben. Das ist wie eine gute Firma, die Waschmaschinen verkauft, man muss immer wieder neue Waschmaschinen produzieren und Sie am Markt anbieten. Man entwickelt sich während der Produktion weiter.

### **14. Welche Erfahrungswerte hast du aus dieser Zeit mitgenommen? Positive als auch negative Erlebnisse!**

**Nazley:** Musikalisch habe ich sehr viel von Jimmy dazu gelernt und bin glücklich darüber ihn getroffen zu haben. Sei es wirtschaftlich oder in anderen Bereich habe ich extrem viel an Erfahrungen mitgenommen. Das Singen selbst, die eigene Vermarktung, wie muss ich mich verkaufen, wie spreche ich Leute auf irgendetwas an, was sind die Grundlagen einer gute Produktion. Diese Dinge sind Erfahrungswerte, die ich mitgenommen habe. Es ist unheimlich viel und nur an der Oberfläche gekratzt. Ich bin sehr dankbar auf der einen Seite, dass es über die Plattenfirma nicht so gut gelaufen ist, wie man es sich vorstellt. Aber diese Erfahrung wollte ich nicht missen. Genau diese Erfahrungen lassen das nächste Album um 500.000 mal besser werden. Definitiv.

### **15. Was gibt Sie den noch unbekannten Musikern da draußen auf ihrem Weg, die Charts stürmen zu wollen, mit?**

**Nazley:**

Das A und O ist immer: Wissen ist Macht und Geld ist der Zugang. Wenn man beides hat ist es toll, zumindest muss man eins dieser 2 Dinge haben. Die Häufigsten Musiker haben kein Geld oder Quellen wie Produzenten kennen, daher müssen sie den 2. Punkt

mitbringen, das Wissen. Die Arbeit an sich selbst ist das wichtigste. So schaffe ich eine Basis auf der ich verhandeln kann. Man muss sich treu bleiben. Jedoch sobald man Geld mit der Musik verdienen möchte, muss man sich im klaren sein, dass man große Kompromisse einzugehen hat. Alles probieren und nichts unversucht zu lassen. Was ich von meinem Vater lernte, ist einfach frech zu sein mit solchen Dingen, wie die Geschichte mit Joe Cocker. So Dinge sagen wie, „Schaut mal das kann ich euch anbieten, wie können wir hier zusammenfinden?“.

Das ist nicht einfach. Dazu gehört viel Selbstbewusstsein zu haben und vor allem von seiner Arbeit überzeugt zu sein. Es läuft immer auf Hartes Arbeiten zurück. Wenn man mit mir oder mit Jimmy spricht so sind wir immer am Arbeiten. Es gibt keine Gelegenheit wo wir nicht arbeiten. Wenn wir nicht grade arbeiten, dann sprechen wir darüber was als nächstes ansteht. Es hört nie auf und wir lernen immer dazu und wir werden immer besser. Das ist ja auch das Ziel immer besser zu werden. Aber es gibt genügend Leute, die sind sich schon genug. Das ist Gift. Es gibt immer jemand der besser ist als ich, das sollte man als Motivation vor Augen halten. Allerdings das was ich kann, das kann ich, dass kann mir keiner mehr nehmen und das kann mir keiner schlecht machen. Viele Musiker, die einen Auftritt organisieren, nehmen sich absichtlich schlechtere Künstler als Sie selbst. Das würde mir nie einfallen. Der Grund ist, dass Sie in diesem Moment die Kontrolle haben und denken Sie seien besser als der andere Act. Das würde mir nie einfallen. Wenn ich es mir finanziell leisten könnte, würde ich die besten Musiker für einen Auftritt organisieren, die nur gehen. Erstens weil ich das beste Resultat haben will bzw. auch ein gute Show bieten möchte und zweitens um von Ihnen zu lernen. Ich wäre blöd, wenn ich diese Chance verpasse.

**Zusatzfragen die benötigt werden, falls die Antworten im Interview (s. Fragen 1-11) für „Kapitel 6: Vergleich der 3 Wege“ nicht ausreichen**

**1. Vgl.: Voraussetzungen der 3 Acts – musikalische Kenntnisse, eigene Songs geschrieben usw?, Kontakte vorhanden?**

s.o. Punkt 1

**2. Vgl.: Wie schnell wurden diese Künstler/Bands bekannt? Welche Hilfsmittel wurden verwendet?**

**Nazley:**

Von der Aufnahme des Demos bis hin zur Vertragsunterzeichnung waren es 3 Monate. Nicht länger.

### **3. Vgl.: Welche Deals sind die Künstler vor Abschluss des Plattenvertrags eingegangen? Welche Rechte haben Sie sich vertraglich absichern lassen?**

**Nazley:** Ich habe mir zu wenig Rechte absichern lassen. Viele Dinge liegen an dir selber. Man muss vor allem darauf achten, was man mit sich machen lässt und was nicht. Rechtlich gibt es unterschiedliche Sachen, die man nicht drehen kann. Man kann dann Kompromisse eingehen, wie z.B. ok, ihre wollt dass ich mich besonders jugendlich anziehe, ich möchte aber den und den Stil. Wie können wir uns hier entgegenkommen? Meistens funktioniert das. Man muss sich allerdings auf die eigenen Füße stellen und dafür ein bisschen was arbeiten. Nur weil Dinge schriftlich im Vertrag geregelt sind, darf man nicht alles über sich ergehen lassen. Auch wenn man solche Verträge unterzeichnet hat, die Dinge enthalten mit denen man sich nicht arrangieren kann, muss man selbstsicher und professionell vorgehen, nehmen es die Leute meistens an. Es gibt keinen Vertrag, den ich unterzeichne, bevor ich nicht mit meinem Anwalt darüber gesprochen habe. Wichtig ist den Vertrag prüfen zu lassen.

### **4. Vgl.: Wie lange hat diese Berühmtheit angedauert? Tour? Folgeauftritte? Länderübergreifend erfolgreich?** s.o. Punkt 10

### **5. Vgl.: Inwieweit sind die Künstler als Marke aufgebaut worden (eigene Duftserie aufgebaut, Kleiderlinie entwickelt, Werbekampagnen in Zusammenarbeit mit Autoindustrie geschaltet?**

s.o. Punkt 7

### **6. Vgl.: Live-Bereich vs. Sales-Sector – In welchem Bereich wurde bei dem Künstler mehr Umsatz erzielt? Mehr Fans, die auf Konzerte gegangen sind oder mehr Tonträgerverkäufe bzw. digitale Downloads?**

**Nazley:** Die Live-Auftritte sind um einiges besser gelaufen. Das lag daran, dass die Single schlecht vermarktet bzw. gar nicht vermarktet wurde. Im Jahr sind wir im 50.000,--€-Bereich. Bei Platz 80 in der ersten Wochen sind wir da noch nicht besonders weit für eine Single. Als Mitsongwriterin, Produzent und Sängerin habe ich noch ein recht großes Stück des Kuchens bekommen. Im Vergleich zu anderen Sängern, die nur anteilig von den Produktionskosten ihr Stück Kuchen bekommen, hat ich noch Glück. Regelmäßig kommen noch ein paar €-Beträge rein. Daher machen die großen Acts alle viele Live-Konzerte. Michael Jackson hat jedes Jahr in Budapest die Bude gerockt und für seine Auftritte richtig viel Kohle bekommen.

**7. Vgl.: Was ist heute aus den Musikern geworden? Sind Sie immer noch im Musikbusiness aktiv?** s.o. Punkt 13

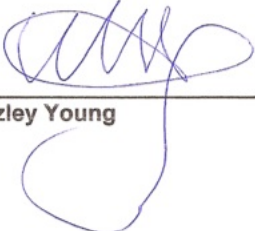
**8. Vgl.: Welche Kontakte waren erforderlich?** s.o. Punkt 7,1

**9. Endresultat: Welches ist der effektivste Weg, d.h. zeitlicher Aspekt wie schnell, möglichste Selbständig alles organisiert und ohne Hilfe von Kontakte umgesetzt, Dauer: wie lange erfolgreich, was wurde erreicht, wie viel Geld wurde eingenommen (wenn bekannt), welche hilfreichen Kontakte ergaben sich daraus?** s. Auswertung

**Links:** [myspace.com/nazleymusic](https://myspace.com/nazleymusic)

**Persönliches Interview, 09.06.2012, 16:30 Uhr – 17:25 Uhr**

**Einverständnis zur Veröffentlichung des Interviews in der Bachelorarbeit von Stefanie Ebenhöf:**



Nazley Young

## **c) Interview mit Clemens Bittner, Projekt: Mission: Malle – Das ABC der Liebe**

### **1. Beschreibung des Projekts:**

**Clemens:** Klar vordergründig lässt sich das Ziel in einem Satz zusammenfassen: Wir wollen den Mallorca-Hit 2010 landen. Aber ganz so einfach ist es natürlich nicht. Das ist alles vor dem Hintergrund geschehen, dass ich Student an der Baf (Bayerische Akademie für Fernsehen, München) war. Da wollte ich während des Studiums noch einiges reissen. Dann hab ich mir überlegt was sind denn meine Ziele. Ziel war es, dass ich vor die Kamera will, dass ich generell Kontakte in die Musikbranche für mein Leben nach der Akademie sammeln will, sowie dass ich ein Musikvideo und eine Do-ku-soap drehen will. Das alles hat dann perfekt gepasst, unter dem Deckmantel: Wir wollen den Mallorca-Hit 2010 landen.

### **2. Welche Voraussetzungen habt ihr mitgebracht?**

**Clemens:** Die Voraussetzungen mussten erst mal geschaffen werden. Eigentlich hatten wir gar keine Voraussetzungen. Also meine 2 Bandkollegen und ich konnten nicht singen. Wir hatten keine Kontakte in die Branche. Es gab eigentlich wenige Voraussetzungen. Was wir hatten war der Wille und die Motivation. Anfangs war es ja nur ich. Dann musstest du dir überlegen, wen du ins Boot holst. Ein ganz wichtiger Step war es, den späteren Manager reinzuholen, den Dominik, ein Kumpel von mir. Mit dem habe ich mich zusammengesetzt und ihm von der Idee erzählt. Er hat daraufhin so reagiert, wie ich es mir gewünscht habe. Er war begeistert und hat sogar von sich aus angeboten, dass er mit an Bord geht und das Management übernimmt. Daraufhin sorgte er im nächsten Step dafür, dass wir einen Musikproduzenten für das Projekt finden. Das war ein großer Meilenstein, da es gar nicht so leicht ist einen Musikproduzenten zu finden, der irgendjemand ohne gesangliches Talent und ohne fertigen Track produziert. Das war das große Glück, dass da der Cozta zugesagt hat.

### **3. Vorgehensweise im Projekt:**

**Clemens:** s.o. Punkt 1

### **4. Die Idee des Malle-Hits - Wie ist dieser zustande gekommen?**

**Clemens:** Das witzige war ja eigentlich, ich hatte die Idee im Kopf und hatte dazu den Bille mit an Bord. Haben uns dann hingesetzt, aber nichts Sinnvolles, was den Song anging, fabriziert. Während der Baf kam ein ein Studienkollege um die Ecke, hat irgendwo „Das ABC der Liebe“ aufgeschnappt. Ich dachte dann das passt eigentlich



perfekt für das Projekt, das ich vorhabe. Zu dem Zeitpunkt sagten alle, du spinnst doch. Hat natürlich keiner ernst genommen. Dann war es so, dass ich den Studienkollegen, der mit dem Song um die Ecke kam, als dritten Sänger, mit ins Boot holen wollte, der hat dann irgendwann signalisiert, dass er dafür nicht bereit ist. Daraufhin kam dann Andi als drittes Bandmitglied ins Team, weil ich ihn bereits durch die Zusammenarbeit in anderen Projekten kannte. Das hat immer ganz gut funktioniert. Dann habe ich in Zusammenarbeit mit Andi den Song, aufbauend auf der Hookline fortgeführt und vollendet.

## **5. Online-Serie auf Malle gedreht – Social Media als Werbekampagne genutzt!**

**Clemens:** Zu Absurd ist die Idee ja nicht das Projekt auf Facebook zu vermarkten. Das war damals die Zeit, wo es grade kam. Wo sich alle in deinem Freundeskreis auf Facebook angemeldet haben. Klar, brauchst du ein Promotion-tool, um das Ding zu vermarkten. Wir haben eine recht große Community sammeln können. Sind knapp bei 1.200 Freunden gelandet. Hier konnten wir die neusten Doku-soaps auf die Plattform stellen und das bekannt machen. Es war ein Mosaiksteinchen. Allein reicht das natürlich nicht, um Dinge so bekannt zu machen. Man hat dann auch gemerkt zu viel posten ist auch nicht gut. Irgendwann sieht man eine Sättigungskurve. Man kann die Leute auch nicht dazu zwingen, dass man die Platte kauft. Das hat man dann auch später gesehen, wenn man es 10x mehr postet, kaufen es auch nicht mehr Leute. Hat eher dann den kontraproduktiven Effekt. Aber es war interessant zu sehen wie die Leute auf die Videos reagieren, zu sehen, dass die Leute gespannt sind was in der neuen Folge berichtet wird. Vor allem wie sich das ganze weiterentwickelt. Es waren alle erstaunt als es hieß, wir treten auf Malle auf und haben einen Plattenvertrag in der Hand. Das direkte Feedback von den Leuten war sehr interessant. Das war Teil meiner Erstidee, weil ich eben auf der Baf war und ein Ziel war es eine Doku-soap zu drehen. Motiviert wurde ich durch unsere Internetseite unserer Akademie. Da dachte ich, dass man wöchentlich einen Beitrag dazu beisteuern könnte, wie sich die Band entwickelt. Das war der Grundgedanke. Natürlich dies nicht nur auf der Seite der Akademie, sondern auch auf youtube und natürlich Facebook zu veröffentlichen.

## **6. Null Talent - trotzdem erfolgreich durchgestartet?**

**Clemens:** Hahahaha, in beiden Aussagen steckt nur die halbe Wahrheit. Ich würde sagen null Talent stimmt nicht unbedingt. Wir haben, was den Gesang angeht nur Talent in Sachen Schlagermusik. Es war auch die Sache, die mich ermutigt hat zu sehen wer alles Schlager singt. Ein Jürgen oder Zlatko haben auch Nummer 1-Hits gelandet. Die können wahrscheinlich noch weniger singen als wir. In Sachen Singen sind wir nicht die Hellsten. Wir haben in der Performance bzw. vor der Kamera wieder unsere Stärken. Darauf kommt es ja auch an, dass wir ein Wiedererkennungswert haben. Gut, vielleicht haben unsere Stimmen, weil Sie so schlecht sind einen Wiedererkennungswert. Hahahaha. Mit Sicherheit unsere Optik und unsere Art. Die zweite Halbwahrheit

ist „erfolgreich durchgestartet“. Joa Mei, liegt immer in der Betrachtung. Klar, im Rahmen unserer Möglichkeiten war es erfolgreich. Kommerziell war es natürlich nicht erfolgreich. Hätte natürlich werden können, aber ist es dann nicht geworden. Es ist alles relativ.

## 7. Aufmerksamkeit bei Spiegel-Online erregt !

**Clemens:** Ja das war so ein Moment, der zur Schlüsselsituation hätte werden können. Hat im Rahmen unserer Möglichkeiten einen Hype ausgelöst. Dahingehend, dass sich Fernsehsender wie RTL und Pro7 gemeldet haben. Sie wollten mit uns nach Mallorca fahren. Warner Musik wurde aufmerksam auf uns. Das war alles am selben Tag. Da hast du dann schon gedacht, dass es jetzt los geht. Ich weiß noch das war am Tag meiner Prüfung. 10 min. vor der Abschlussprüfung wurde ich von einer RTL-Redakteurin angerufen, die mit uns nach Malle fahren wollte. Da war ich dann schon aufgewirbelt. Klar, das hat ein Medienecho ausgelöst. Daraufhin hätte der nächste Schritt folgen müssen, zu dem es aber in diesem Projekt nicht mehr kam.

## 8. Wie kam der Warner-Music-Plattenvertrag zustande?

**Clemens:** Wir hatten nach dem Spiegel-Artikel auf einmal mehrere Interessenten. Der Verlag AMV war einer davon. AMV handelte dann den Vertrag mit Warner aus.

## 9. Was hat Mission Malle für einen Erfolg erzielt?

**Clemens:** Erfolg war glaub ich, dass wir so viele Leute für das Projekt begeistern konnten. Sei es jetzt das Team und auch die Personen in meinem Umfeld, die ich nicht kannte und die mich auf das Projekt angesprochen haben. Oberflächlich betrachtet spricht der Plattenvertrag für unseren Erfolg. Für Jemanden, der nicht singen kann und innerhalb eines halben Jahres einen Plattenvertrag für einen selbstgeschriebenen Song erhält, kann man schon von Erfolg sprechen.

(Ich habe wahnsinnig viel gelernt, natürlich hat es auch Selbstvertrauen gebracht. Es hat mich ermutigt, dass ich an Ideen rumspinnen bzw. träumen darf und dadurch tatsächlich was daraus werden kann. Das ich das weiterhin so handhabe, wenn eben Ideen da sind, die Potenzial haben, diese dann anzupacken und in die Tat umzusetzen. So dass daraus größere Dinge werden können. Eine große Motivation ziehe ich daraus. Geld ziehe ich nicht heraus. Ich habe gelernt ein Team zu leiten und anderen auch mal in den Arsch zu treten. Ich war vorher sehr harmoniebedürftig. Lieber ja sagen als nein. Das habe ich da gelernt. Vor allem, wenn Tacheles geredet wird, dass das nicht unbedingt schlecht aufgenommen wird). (Antwort für Frage 11 & 9)

## 10. Schwierigkeiten und Problematiken in diesem Projekt!

**Clemens:** Probleme gab es ganz viele. Der Ursprung war aber meistens innerhalb der Band. Von außen wurde gar nicht so viel reingetragen. Die Zusammenarbeit mit dem Musikmanager, der uns bei Warner Music reingebracht hat, war nicht so leicht. Viele Probleme entstanden innerhalb der Band. Die beiden anderen Bandmitglieder wussten es nicht zu schätzen, was das Team dahinter leistet. Das hat auch Motivation beim Team gekostet. Hauptprobleme waren Disziplin, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und Motivationsmangel. Als es dann ums Geld ging, gab es natürlich auch wieder große Schwierigkeiten.

## 11. Erfahrungswerte, die Ihr mitgenommen haben!

**Clemens:** Ich glaube, ich habe da schon viel in die anderen Antworten miteingepackt. Ich habe vor allem gelernt mit Rückschlägen umzugehen. Vielleicht ist es kein äußerlicher Erfolg, sondern eher ein Innerlicher, was so Lebensschule und persönliche Reife angeht. Ich habe wahnsinnig viel gelernt natürlich hat es Selbstvertrauen gebracht. Es hat mich ermutigt, dass ich an Ideen rumspinnen bzw. träumen darf und dadurch tatsächlich was daraus werden kann. Das ich das weiterhin so handhabe, wenn eben Ideen da sind, die Potenzial haben, diese dann anpacke und in die Tat umsetze. So dass daraus größere Dinge werden können. Eine große Motivation ziehe ich daraus. Geld ziehe ich nicht heraus. Ich habe gelernt ein Team zu leiten und anderen auch mal in den Arsch zu treten. Ich war vorher sehr harmoniebedürftig. Lieber ja sagen als nein. Das habe ich da gelernt. Vor allem, wenn Tacheles geredet wird, dass das nicht unbedingt schlecht aufgenommen wird. (Antwort für Frage 11 & 9)

**Zusatzfragen die benötigt werden, falls die Antworten im Interview (s. Fragen 1-11) für „Kapitel 6: Vergleich der 3 Wege“ nicht ausreichen**

**1. Vgl.: Voraussetzungen der 3 Acts – musikalische Kenntnisse, eigene Songs geschrieben usw?, Kontakte vorhanden?**

**s.o. Punkt 6**

Wir haben den Song selbstgeschrieben. Haben keine musikalischen Kenntnisse mitgebracht, was das Singen anbelangt. Letzten Endes habe ich die Kontakte reingebracht, die im Team gelandet sind, sprich das Team der Baf. Ich habe die Leute in das Team geholt von denen ich dachte Sie wären geeignet dafür. Das waren oft die richtigen Entscheidungen. Die Kontakte in die Musikbranche sind alle erst entstanden. Dominik hatte den Kontakt zu den Komponisten, Cozta und Michaela.

## **2. Vgl.: Wie schnell wurden diese Künstler/Bands bekannt? Welche Hilfsmittel wurden verwendet?**

**Clemens:** Am Anfang ging es doch sehr schnell. Wie gesagt die Fanbase dann auf Facebook mit 1200 Leuten. Das Projekt hat im Februar begonnen, es war natürlich viel Vorarbeit. Ich glaube im April bzw. Mai ist die erste Folge der Doku-Soap online gegangen. Kurz danach kam Ende Mai der Spiegel-Artikel. Es war am Anfang schon so, dass viele auf das Musikvideo geklickt hatten, aber durch den Spiegel-Artikel ging die Kurve doch nochmal weit nach oben. Wir sind ca. bei 20.000 Klicks auf youtube gelangt und dann wurde es von Warner Music gesperrt. Vom Start des Projektes im Februar bis zum Plattenvertrag hat es 5 Monate gedauert.

## **3. Vgl.: Welche Deals sind die Künstler vor Abschluss des Plattenvertrags eingegangen? Welche Rechte haben Sie sich vertraglich absichern lassen?**

**Clemens:** Wir haben mit AMV, einem Musikverlag, ein Deal gehabt. Zusätzlich organisierten wir einen Anwalt, mit dem wir eine Vereinbarung trafen, dass evtl. bei erwirtschafteten Gewinnen durch das Projekt, dieser zu einem prozentualen Teil beteiligt wäre. Allerdings mit einer Sockelung. Wenn wir Millionen verdient hätte, hätte er nicht 100.000,-- € verdient.

## **4. Vgl.: Wie lange hat diese Berühmtheit angedauert? Tour? Folgauftritte? Länderübergreifend erfolgreich?**

**Clemens:** Das ist relativ, wann es beginnt und wann es aufhört. Ich merke heute nichts. Auch damals habe ich nicht groß etwas von der Berühmtheit gemerkt. Natürlich wird man darauf angesprochen. Als wir in Hamburg waren und unseren Song aufgenommen haben, erlebten es Andi und Bille. Kurz nach dem Spiegel-Artikel wurden Sie von so nem Typen angesprochen, eher negativ, der angekotzt war, dass er seit 20 Jahren versucht hat einen Plattenvertrag zu bekommen und wir in so kurzer Zeit einen erhalten haben. Der Auftritt in Spanien (Mallorca) war lehrreich und ereignisreich, aber nicht erfolgreich.

## **5. Vgl.: Inwieweit sind die Künstler als Marke aufgebaut worden (eigene Duftserie aufgebaut, Kleiderlinie entwickelt, Werbekampagnen in Zusammenarbeit mit Autoindustrie geschaltet)?**

**Clemens:**

Sagen wir es mal so. Wäre damals dieser Pro7-Deal nicht geplatzt, dann hätte sicherlich Warner Music mehr Geld für Promotion reingesteckt. Aber so haben wir letzten Endes alles selber versuchen müssen, also über Social Media. Auf Viva und MTV ist unser Video auch vertreten. Sowie für myvideo sollte eine Kampagne gemacht werden, was auch enttäuschend lief. Keiner wollte mehr Kohle in die Hand nehmen nach dem geplatzten Deal mit Pro7. Wir haben noch Plakate aufgehängt und Flyer verteilt.

**6. Vgl.: Live-Bereich vs. Sales-Sector – In welchem Bereich wurde bei den Künstlern mehr Umsatz erzielt? Mehr Fans, die auf Konzerte gegangen sind oder mehr Tonträgerverkäufe bzw. digitale Downloads?**

**Clemens:** Die Single wurde im September 2010 veröffentlicht. Überall wurde die Single angeboten, auf den gängigsten Plattformen wie Amazon, Saturn, Media Markt und iTunes, physisch als auch digital. Ich kann es dir nicht genau sagen. Nach einem Monat habe ich eine Zahl von 300 bekommen, ich schätze es sind insgesamt ca. 600 Stück.

**7. Vgl.: Was ist heute aus den Musikern geworden? Sind Sie immer noch im Musikbusiness aktiv?**

**Clemens:** Wir sind alle unter der Brücke. Hahahaha...Ich weiß gar nicht was der Bille momentan macht. Zuletzt hörte ich, dass er ein Volontariat gemacht hat und jetzt als Cutter arbeitet. Andi hatte seine Filmproduktionsfirma. Ich bin selbständig und arbeite als Filmproduzent.

**8. Vgl.: Welche Kontakte waren erforderlich?**

**Clemens:** Natürlich ist eine Auswahl an guten Kontakten besonders hilfreich. Ganz bei Null anzufangen ist sicherlich nicht leicht aber auch nicht unmöglich. Dadurch dass ich gerade Projekte angepackt habe, die ein bisschen ungewöhnlicher waren, hat man für Aufmerksamkeit gesorgt und es sind gute Kontakte entstanden. Diese können einem dann wieder bei zukünftigen Projekten hilfreich sein.

**9. Endresultat: Welches ist der effektivste Weg, d.h. zeitlicher Aspekt wie schnell, möglichst Selbständig alles organisiert und ohne Hilfe von Kontakten umgesetzt, Dauer wie lange erfolgreich, was wurde erreicht, wie viel Geld wurde eingenommen (wenn bekannt) ? welche hilfreichen Kontakte ergaben sich da-**

**raus? s. Auswertung**

Was das Finanzielle angeht, hätte es natürlich mehr werden können. Das Potenzial als die Platte aufgenommen wurde, war schon da. Dadurch, dass es nicht promotet wurde, ist es hauptsächlich bei dem Vorschuss von 1.000,--€ geblieben. Es wurde aufgeteilt auf die Band, den Manager und die Komponisten. Ich habe einen Anteil von ca. 250,--€ erhalten. Später erfolgte noch eine GEMA-Abrechnung. Insgesamt gesehen, wenn man noch den Flug nach Mallorca berechnet, bin ich bei einem Minus gelandet.

**Links:**


Facebook – Das ABC der Liebe, Facebook - Mission Malle - die Doku online;  
[www.abcdderliebe.com](http://www.abcdderliebe.com),

<http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/hoffnung-auf-den-ballermann-hit-mission-mallorca-a-706217.html>, Artikel, Spiegel-Online, Hoffnung auf den Ballermann-Hit - Mission Mallorca

**Telefonisches Interview: 05.06.2010, 23:10 Uhr – 23:40 Uhr**

**Einverständnis zur Veröffentlichung des Interviews in der Bachelorarbeit von**

**Stefanie Ebenhöf:**

 27.6.12  
\_\_\_\_\_  
Clemens Bittner

## **d) Interview mit Blago Galic, Projekt: Soultrip bei der Castingshow X-Factor**

### **1. Beschreibung des Projekts:**

**Blago:** 2009 ist Martin auf mich zukommen und wollte wissen, ob ich mit ihm ein Projekt starte, da er früher eine A-Capella-Band hatte, die sich dann aber auflöste. Er wollte mit der Musik weitermachen und kannte mich über diverse andere Musikevents. Daraufhin hat er mich gefragt, ob ich Lust habe mit ihm was zu starten. Außerdem wollte er von mir wissen, ob ich nicht noch eine weitere Person kenne, die singen kann. Ich sagte darauf, klar mein bester Kumpel Nunzio. Im Anschluss daran haben wir uns ein paar Mal getroffen und geschaut, wie es passt und ob die Chemie untereinander stimmt. Da alles untereinander funktioniert hat, gründeten wir 2009 Soultrip. Dazu haben wir uns Bandkollegen für Gitarre, Piano und Drums gesucht und diese gefunden. Von da an organisierten wir in verschiedenen Locations Auftritte, um dort zu spielen. Sowohl im Breuningerland in Ludwigsburg & Sindelfingen und diversen anderen Restaurant oder Bars traten wir auf. Irgendwann bemerkten wir das Schicht im Schacht ist und das ohne jegliche Kontakte zu Plattenfirmen nichts mehr vorwärts geht. Wir hatten regelmäßig regionale Auftritte und entschlossen uns zu X-Factor zu gehen. Der Grund warum wir zu X-Factor gehen wollten war der, dass wir keine Lust auf Formate wie „DSDS“ und „Das Supertalent“ hatten und lieber zu einer seriösen Castingshow gehen wollten, bei der auch Bands teilnehmen konnten und nicht nur Solokünstler.

### **2. Welche Voraussetzungen habt ihr mitgebracht?**

**Blago:** Etliche andere Personen, die uns bei Auftritten gehört haben, sagen über uns, dass wir gut singen können. Sobald uns jemand live sieht, haben wir festgestellt, ist die Resonanz riesig. Wir dachten uns, wenn uns von 100 Leuten 99 toll finden, dann werden uns wahrscheinlich von 2 Millionen Menschen 99 bzw. 80 % gerne hören. Wir haben alle 3 Gesangsunterricht gehabt, waren daher schon auf einem guten Niveau und sind mit diesen Voraussetzungen zu X-Factor gegangen.

### **3. Vorgehensweise im Projekt:**

s.o. Punkt 1

### **4. Erwartungshaltung von X-Factor ggü. Soultrip und andersherum!**

**Blago:**

Unser Hauptziel war es in die Live-Shows zu kommen. Das haben wir auch geschafft. Wir haben uns dadurch erhofft, dass viele Leute auf uns aufmerksam werden und sehen was wir können. Das hat letztendlich nicht geklappt. Zusätzlich war es unser Ziel vor Ort Kontakte zu knüpfen, um eine Managementfirma zu finden, die uns vermittelt und vertritt. Im Hinterkopf hatten wir nicht an CD-Verkäufe oder ähnliches gedacht, sondern wollten den Bekanntheitsgrad erweitern und mehr Auftritte bekommen. X-Factor hofft darauf unter den Teilnehmern ein paar Exoten zu finden bzw. auf Ausnahmefälle zu treffen. Es ist nicht unbedingt nötig der beste Sänger oder Tänzer zu sein, sondern etwas Außergewöhnliches bieten zu können. Besser gesagt ein Blickfang, den es bisher in der Form noch nie gegeben hat. Nach diesen Kriterien wurden dann auch die Top 12 zusammengemixt. Es waren alles unterschiedliche Typen.

## 5. Fernsehcasting alles nur Show?

**Blago:** Es ist schon sehr viel gestellt, zusammengeschnitten und manipuliert. Meiner Meinung nach ist es normal für das Fernsehen.

## 6. Castingshow – Warum gerade X-Factor?

**Blago:** Bei DSDS hatten wir keine Chance teilzunehmen, da nur Einzelsänger gesucht wurden und nicht Bands die Möglichkeit gehabt haben sich anzumelden. Die einzige Möglichkeit wäre das Supertalent gewesen. Wir hatten aber keine Lust neben einem tanzenden Hund als Casting-Teilnehmer aufzutreten. Dort wird alles ins Lächerliche gezogen.

## 7. Wie schnell wurde der Erfolg erzielt?

**Blago:** Das hat sich alles innerhalb von 2 Jahren entwickelt. Letztendlich wäre es möglich gewesen direkt zu X-Factor zu gehen, d.h. wir hätten erst die Band gegründet, die Proben durchgeführt und uns auf uns drei konzentriert ohne Gitarrist, Bassist und Pianospieler. Wenn wir diesen Weg gewählt hätten wäre es auch in ein paar Monaten möglich gewesen das Projekt schneller umzusetzen. Unser Ziel war von Anfang an nicht zu X-Factor zu gehen, daher hat es sich so entwickelt und haben die 2 Jahre auf uns zukommen lassen.

## 8. Finanzieller Kostenaufwand während der Projektphase!

**Blago:** Wir haben natürlich in unsere Anlage und andere zusätzliche Dinge investiert. Zu dieser Zeit hatten wir ungefähr das Doppelte an Benzinkosten, unabhängig von dem zeitlichen Aufwand, war es schon eine große Investition.



## 9. Schwierigkeiten und Probleme im Projekt

**Blago:** Ein Problem war der dreistimmige Gesang. Es ist sehr selten, dass jemand gut abmischen kann, so dass es sich gut anhört. Das war der Grund, warum die Show uns vermiest wurde. Wenn wir zu dritt ohne Mikro singen, sind alle überwältigt. Sobald die Mikros angehen, hört es sich scheiße an. Es kann wohl nicht nur an uns liegen, sondern auch an der Soundtechnik. Das war ein sehr großes Problem. Untereinander war eigentlich alles cool. Klar gab es immer wieder der Drang im Mittelpunkt sein zu wollen. Speziell wenn man auch zu dritt ist, aber das hielt sich alles in Grenzen.

## 10. Wo stehen die Jungs heute? Sind Sie immer noch im Musikbusiness unterwegs?

**Blago:** Wir haben mehr Auftritte denn je. Der Grund liegt aber nicht darin, dass wir bei X-Factor waren. Im Gegenteil das hat sich negativ auf uns ausgewirkt. Aufgrund dessen dass wir die Zähne zusammengebissen haben, auf der Hochzeitsmesse mit einem Stand vertreten sind und noch aggressivere Anfragen bei Restaurants und Bars gestartet haben, sind die vielen regelmäßigen Auftritte zustande gekommen. Ja das ist richtig, bei uns läuft die Musik nebenher. Martin ist Verkäufer in seinem Vespa-Laden. Nunzio ist Maschineneinsteller bei einer Produktionsfirma und ich bin als Ingenieur im Qualitätsmanagement bei einem Getriebehersteller. Wir haben relativ normale Arbeitszeiten, bis auf Nunzio, der auch teilweise schichten muss. Da liegt die Musik der Arbeit nicht im Wege.

## 11. Erfahrungen, die Ihr während dieser Zeit mitgenommen habt:

**Blago:** Auf jeden Fall haben wir was das Auftreten angeht viel dazugelernt. Jegliche Interviews oder die Ausstrahlung auf der Bühne, wie man sich gibt, was man sagen sollte, in dem Bereich haben wir viel mitgenommen. Musikalisch haben wir gar nichts dazugelernt.

## 12. Was wird an die Künstler, die an X-Factor bzw. an weiteren Castingshows teilnehmen von Soultrip weitergegeben?

**Blago:** Das man immer genau das machen sollte, was man am Besten kann. Und nicht was irgendjemand anders denkt das es gut wäre oder was gut ankommen würde. Immer nur auf seiner Geraden bleiben und immer genau das machen was man am Liebsten macht und am Besten kann. Das würde ich jungen Musikern mit auf den Weg geben.

### **13. Welches Ziel verfolgt Soultrip jetzt?**

**Blago:** Letztendlich verfolgen wir kein Ziel mehr, wir haben es schon erreicht. Wir haben viele Auftritte, verdienen nebenher gutes Geld und so soll es einfach bleiben. Das Ziel ist es, genauso weiterzumachen wie es jetzt ist.

**Zusatzfragen die benötigt werden, falls die Antworten im Interview (s. Fragen 1-13) für „Kapitel 6: Vergleich der 3 Wege“ nicht ausreichen**

**1. Vgl.: Voraussetzungen der 3 Acts – musikalische Kenntnisse, eigene Songs geschrieben usw?, Kontakte vorhanden?**

s.o. Punkt 2

**2. Vgl.: Wie schnell wurden diese Künstler/Bands bekannt? Welche Hilfsmittel wurden verwendet?**

**Blago:** Im Prinzip nach dem ersten Auftritt im Breuningerland sind wir schon regional bekannt geworden. Deutschlandweit haben wir uns bereits bei der Ausstrahlung der 1. Live-Sendung von X-Factor einen Namen gemacht. Da schauten 2,5 Millionen Leute auf einen Schlag zu. Durch X-Factor selber und durch Auftritte haben wir versucht die Band bekannt zu machen. Mehr geht halt nicht. Kaum eine Band wird einfach nur Flyer verteilen gehen. Flyer werden bei Auftritten verteilt.

**3. Vgl.: Welche Deals sind die Künstler vor Abschluss des Plattenvertrags eingegangen? Welche Rechte haben Sie sich vertraglich absichern lassen?** Kein Plattenvertrag ist zustande gekommen.

**4. Vgl.: Wie lange hat diese Berühmtheit angedauert? Tour? Folgeauftritte? Länderübergreifend erfolgreich?**

**Blago:** Nach der Castingshow haben Folgeauftritte stattgefunden. Aber nicht aufgrund der Auftritte bei X-Factor, sondern durch selbständiges Anfragen in Bars, Restaurants und als Aussteller auf der Hochzeitsmesse. Keine Tour oder Auftritte in anderen Ländern. (s.o. Punkt 10)

**5. Vgl.: Inwieweit sind die Künstler als Marke aufgebaut worden (eigene Duftserie aufgebaut, Kleiderlinie entwickelt, Werbekampagnen in Zusammenarbeit mit Autoindustrie geschaltet?)**

**Blago:** Bei der kompletten Top 12 war es so, dass sobald die Werbung bei VOX am Tag eingeblendet wurde, sind die Castingteilnehmer auch Soultrip mit der roten Kugel und ihrem Namen eingeblendet worden. Sonst gab es keine Werbung.

**6. Vgl.: Live-Bereich vs. Sales-Sector – In welchem Bereich wurde bei dem Künstler mehr Umsatz erzielt? Mehr Fans, die auf Konzerte gegangen sind oder mehr Tonträgerverkäufe bzw. digitale Downloads? Kein Tonträgerverkauf.**

**7. Vgl.: Was ist heute aus den Musikern geworden? Sind Sie immer noch im Musikbusiness aktiv? s.o. Punkt 10**

**8. Vgl.: Welche Kontakte waren erforderlich?**

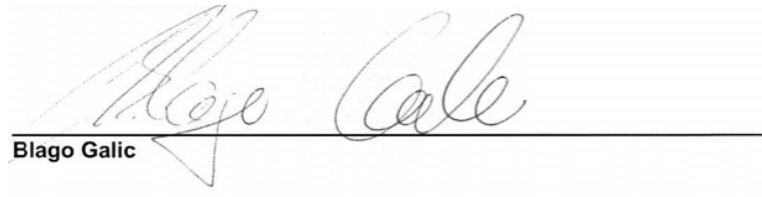
**Blago:** Wir hatten keine Kontakte und haben alle Sachen selbst organisiert, es war keiner da der gemeint hat Jungs ich helfe euch. Es gab keinerlei Möglichkeiten Kontakte aufzubauen. Klar, man lernte die Leute kennen, aber es hat sich nicht mehr ergeben, da das Interesse an den Gruppen bzw. Einzelkünstler größer war die weiter wie wir gekommen sind. Es reicht halt nicht für eine Managementfirma aus eine Top12-Platzierung aufzunehmen und zu promoten.

**9. Endresultat: Welches ist der effektivste Weg, d.h. zeitlicher Aspekt wie schnell, möglichst Selbständig alles organisiert und ohne Hilfe von Kontakte umgesetzt, Dauer wie lange erfolgreich, was wurde erreicht, wie viel Geld wurde eingenommen (wenn bekannt) ? welche hilfreichen kontakte ergaben sich daraus? s. Auswertung**

Links: Homepage X-Factor, Facebook Soultrip & Blago, <http://soultrip-band.de/>

**Telefonisches Interview: 06.06.2012, 10:40 Uhr – 11:00 Uhr**

**Einverständnis zur Veröffentlichung des Interviews in der Bachelorarbeit von  
Stefanie Ebenhöf:**



Blago Galic

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ludwigsburg, 30.06.2012

---

Ort, Datum

Vorname Nachname